

**AIR TERJUN JUMOG SEBAGAI IDE PENCIPTAAN  
MEDIA PROMOSI VISUAL**

**TUGAS AKHIR KARYA SENI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:  
**Rakhman Istiyanto**  
NIM 09206241010

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
DESEMBER 2013**

## PERSETUJUAN

Tugas akhir karya seni yang berjudul “*Air Terjun Jumog Sebagai Ide Penciptaan Media Promosi Visual*” yang disusun oleh Rakhman Istiyanto, NIM 09206241010 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 20 Desember 2013

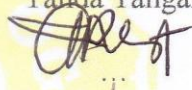



Pembimbing

R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn.

NIP. 196603201994121001

## PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul “Air Terjun Jumog Sebagai Ide Penciptaan Media Promosi Visual” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Desember 2013 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dwi Retno SA, M.Sn	Ketua Penguji		Des 2013
Arsianti Latifah SPd, M.Sn.	Sekretaris Penguji		Des 2013
Hajar Pamadi, MA (Hons)	Penguji Utama		Des 2013
Drs, R. Kuncoro, WD, M.Sn.	Penguji Pendamping		Des 2013

Yogyakarta, 20 Desember 2013

Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



  
Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.  
NIP. 19550505 19811 1 011

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Rakhman Istiyanto**

NIM : 09206241010

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

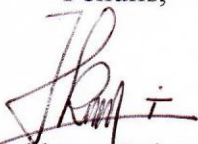
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Seni ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, Tugas Akhir Karya Seni ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, Desember 2013

Penulis,



Rakhman Istiyanto

### **Motto**

“Jadikan kepandaian sebagai kebahagiaan bersama, sehingga mampu meningkatkan rasa ikhlas tuk bersyukur atas kesuksesan”

## **PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir Karya Seni ini saya persembahkan untuk...

Pertama saya berterimakasih kepada Allah SWT atas rahmat yang diberikan kepada saya.

Bapak dan Ibu ku tercinta, Bpk. Sartono dan Ibu Istiyah, yang telah memberikan motivasi, dukungan, doa serta kasih sayangnya kepada saya.

Kakak dan Adik ku tersayang, Fajar Noviyanto dan Tri Wahyuni yang memberikan motivasi kepada saya.

Keluarga dan kerabat di Jogja yang senantiasa menyayangi dan memperhatikan saya :

Budhe Hartini dan Pakdhe Haryono sekeluarga, Kakek Ismo, Lik Susi Sekeluarga, Lik Sri Sekeluarga, dan semua yang selama saya menuntut ilmu di Jogja menyayangi dan memotivasi saya.

Teman-teman angkatan 2009 Pend. Seni Rupa yang saya sayangi.

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT karena atas limpahan kasih dan kurnia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni dengan judul “Air Terjun Jumog Sebagai Ide Penciptaan Media Promosi Visual” ini dengan lancar, untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan dari bapak R. Kuncoro Wulan Dewojati, M.Sn, yang dengan sabar dan bijaksana, bersedia meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, pengarahan dan saran yang bermanfaat. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada beliau selaku Dosen Pembimbing.

Tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd.,MA yang telah memberikan izin penyusunan Tugas Akhir Karya Seni ini.
2. Dekan Fakultas Bahasa dan Seni UNY, Prof. Dr. Zamzani, M. Pd., yang telah memberikan izin penyusunan Tugas Akhir Karya Seni ini.
3. Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Drs. Mardiyatmo, M. Pd., yang telah memberikan izin guna terlaksananya penyusunan TAKS ini.
4. Para dosen pengajar di Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, UNY, atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani pendidikan di Jurusan Pendidikan Seni Rupa sehingga memiliki banyak bekal di kemudian hari.
5. Bapak Pardi selaku pemimpin pengelola air terjun Jumog, yang telah bersedia memberikan bantuan kepada penulis selama pengambilan data penelitian.
6. Bapak, ibu, yang senantiasa memberikan dukungan baik materil maupun moril kepada penulis.
7. Teman-teman Seruker UNY angkatan 2009 dan Genk Pethuk “ *Generasi Menolak Tua* “ dan teman kuliah yang selalu memberi saran dan saling perhatian satu sama lain.
8. Semua pihak yang telah membantu terlaksananya penyusunan TAKS ini.

Akhirnya, betapapun kecil dan sederhananya Tugas Akhir Karya Seni ini, semoga dapat memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi semua pihak.

Yogyakarta, Desember 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvii
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan .....	4
F. Manfaat.....	5
BAB II    KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN .....	6
A. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	6
1. Unsur Desain.....	6
B. Tipografi dan Ilustrasi.....	10
1. Tipografi .....	12
2. Ilustrasi.....	18
C. Pengertian Media.....	19
D. Pariwisata dan Taman Rekreasi.....	21
E. Obyek Wisata Air Terjun Jumog.....	21
F. Iklan.....	23

Elemen verbal iklan.....	24
G. Promosi dan Media Perancangan.....	25
Media Promosi yang digunakan.....	26
H. Logo.....	28
I. Metode Perancangan.....	30
1. Tahap Perancangan.....	30
2. Tahap <i>Layout</i> .....	30
3. Alat atau Instrumen yang digunakan.....	31
4. Langkah Perancangan.....	31
5. Tahap Pengumpulan Data.....	32
6. Bentuk Data.....	33
J. Metode dan Analisis Data.....	35
K. Program dan Estimasi Biaya.....	37
L. Estimasi Biaya Media.....	38
M. Skema Perancangan.....	40
BAB III VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA.....	41
A. Konsep Perancangan.....	41
B. Visualisasi Karya.....	42
1. Logo.....	42
2. Deskripsi Logo.....	44
3. Komposisi logo.....	49
C. Media Promosi.....	50
1. Media Utama ( <i>Prime Media</i> ).....	50
2. Media Pendukung ( <i>Supporting Media</i> ).....	57
BAB IV PENUTUP.....	124
A. Kesimpulan.....	124
B. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN.....	127

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1      Program Media Perncangan Promosi.....	37
Tabel 2      Program Media Perncangan Promosi.....	38
Tabel 3      Estimasi Biaya Media Promosi.....	38
Tabel 4      Estimasi Biaya Media Promosi.....	39

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Contoh Huruf <i>Oldstyle</i> ..... 14
Gambar 2	Contoh Huruf <i>Transitional</i> ..... 14
Gambar 3	Contoh Huruf <i>Modern</i> ..... 15
Gambar 4	Contoh Huruf <i>Sans Serif</i> ..... 16
Gambar 5	Contoh Huruf <i>Slab Serif</i> ..... 16
Gambar 6	Contoh Huruf <i>Script</i> ..... 17
Gambar 7	Air Terjun Jumog..... 34
Gambar 8	Air Terjun Jumog..... 34
Gambar 9	Kolam Renang..... 34
Gambar 10	Sungai air terjun Jumog..... 34
Gambar 11	Loket karcis..... 35
Gambar 12	Taman bermain..... 35
Gambar 13	<i>Layout</i> gagasan logo..... 43
Gambar 14	<i>Layout</i> kasar logo..... 43
Gambar 15	<i>Layout</i> lengkap logo..... 43
Gambar 16	Gambar gunung Lawu..... 44
Gambar 17	Stilasi gunung Lawu..... 45
Gambar 18	Air terjun Jumog..... 45
Gambar 19	Stilasi air terjun..... 46
Gambar 20	Huruf <i>Oldstyle</i> ..... 47
Gambar 21	Huruf tulis <i>Script</i> ..... 47
Gambar 22	Gambar <i>collaboration</i> logo..... 47
Gambar 23	Pohon cemara..... 48
Gambar 24	Stilasi pohon cemara..... 49
Gambar 25	<i>Layout</i> gagasan billboard..... 50
Gambar 26	<i>Layout</i> kasar billboard..... 51
Gambar 27	<i>Layout</i> lengkap billboard..... 51
Gambar 28	Huruf tulis <i>script</i> ..... 54
Gambar 29.A	<i>Layout</i> gagasan <i>x-banner</i> ..... 57

Gambar 29.B	<i>Layout</i> gagasan <i>x-banner</i> .....	64
Gambar 30.A	<i>Layout</i> kasar <i>x-banner</i> .....	57
Gambar 30.B	<i>Layout</i> kasar <i>x-banner</i> .....	65
Gambar 31.A	<i>Layout</i> lengkap <i>x-banner</i> .....	58
Gambar 31.B	<i>Layout</i> lengkap <i>x-banner</i> .....	65
Gambar 32.A	Huruf tulis <i>script</i> .....	61
Gambar 32.B	Huruf tulis <i>script</i> .....	69
Gambar 33	<i>Layout</i> gagasan iklan majalah.....	72
Gambar 34	<i>Layout</i> kasar iklan majalah.....	73
Gambar 35	<i>Layout</i> lengkap iklan majalah.....	73
Gambar 36	Huruf tulis <i>script</i> .....	76
Gambar 37	<i>Layout</i> gagasan poster.....	79
Gambar 38	<i>Layout</i> kasar poster.....	80
Gambar 39	<i>Layout</i> lengkap poster.....	80
Gambar 40	Huruf tulis <i>script</i> .....	84
Gambar 41	<i>Layout</i> gagasan <i>leaflet</i> .....	87
Gambar 42	<i>Layout</i> kasar <i>leaflet</i> .....	88
Gambar 43	<i>Layout</i> lengkap <i>leaflet</i> .....	88
Gambar 44	Huruf tulis <i>script</i> .....	93
Gambar 45	Foto pendukung <i>leaflet</i> .....	96
Gambar 46	<i>Layout</i> gagasan brosur.....	98
Gambar 47	<i>Layout</i> kasar brosur.....	99
Gambar 48	<i>Layout</i> lengkap brosur.....	99
Gambar 49	Huruf tulis <i>script</i> .....	104
Gambar 50	Foto pendukung brosur.....	107
Gambar 51.A	<i>Layout</i> gagasan <i>sign system</i> .....	108
Gambar 51.B	<i>Layout</i> gagasan <i>sign system</i> .....	114
Gambar 52.A	<i>Layout</i> kasar <i>sign system</i> .....	109
Gambar 52.B	<i>Layout</i> kasar <i>sign system</i> .....	114
Gambar 53.A	<i>Layout</i> lengkap <i>sign system</i> .....	109
Gambar 53.B	<i>Layout</i> lengkap <i>sign system</i> .....	115

Gambar 54.A	Huruf tulis <i>script</i> .....	112
Gambar 54.B	Huruf tulis <i>script</i> .....	118
Gambar 55	<i>Layout</i> gagasan seragam karyawan.....	120
Gambar 56	<i>Layout</i> kasar seragam karyawan.....	120
Gambar 57	<i>Layout</i> kasar seragam karyawan.....	121

## AIR TERJUN JUMOG SEBAGAI IDE PENCIPTAAN MEDIA PROMOSI VISUAL

**Rakhman Istiyanto**  
**NIM 09206241010**

### **ABSTRAK**

Air Terjun Jumog Sebagai Ide Penciptaan Media Promosi Visual bertujuan memberikan informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat luas, melalui perancangan media promosi visual yang efektif, efisien, serta komunikatif diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan mengunjungi obyek wisata air terjun Jumog.

Proses perancangan dilakukan dengan tahapan yang sistematis diawali dari pengumpulan data, baik data verbal maupun visual dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*), untuk membuat konsep perancangan baik bentuk maupun teknik pembuatan media promosi. Proses perancangan mengacu pada kreatifitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dan inovatif, melalui tahapan proses membuat *layout* gagasan, *layout* kasar dan *layout* lengkap. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual misalnya pensil dan bolpoin. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer, *digital camera* dan *scanner*.

Perancangan media promosi ini menghadirkan/menampilkan sifat kealamian dan keramah-tamahan sebagai ide pembuatan dan pengolahan pemandangan obyek wisata air terjun Jumog merupakan fokus utama dari visualisasi media promosi ini. Target utama audiens perancangan media promosi ini adalah keluarga, pada lingkup masyarakat dalam dan luar dari Kabupaten Karanganyar serta masyarakat umum di seluruh wilayah Indonesia. Hasil dari perancangan media promosi berupa perancangan logo yang diterapkan dalam media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media promosi utama (*prime media*) yang dihasilkan adalah *billboard*, dan media pendukung (*supporting media*) berupa iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, brosur, poster, *sign system*, dan seragam karyawan.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah di wilayah Jawa Tengah yang memiliki keanekaragaman dan daya tarik dengan segala potensi daerah yang menarik. Kabupaten Karanganyar memiliki potensi pengembangan pariwisata yang sangat baik di bidang Sumber Daya Alam dan Ekowisata, hal ini semakin didukung dengan keramah-tamahan penduduknya. Kesuburan tanah dimanfaatkan untuk produk-produk pertanian dan perkebunan. Sektor peternakan juga memberikan porsi yang besar sebagai *output* dari Kabupaten Karanganyar selain dari pengembangan dibidang pariwisata, perkebunan, dan pertambangan. Di daerah ini wisatawan dapat mengunjungi tempat wisata pegunungan berhawa sejuk yang dapat digunakan sebagai kegiatan mendaki gunung dan aktifitas *outbond* lengkap dengan keindahan pemandangan yang mempesona, semua itu dapat ditemukan di kawasan Gunung Lawu. Adanya kondisi alam yang indah dan menarik, hal ini menjadikan daya tarik untuk dikunjungi baik itu objek wisata alam maupun peninggalan sejarah, dan semua itu menambah kelengkapan sektor pariwisata di Kabupaten Karanganyar.

Secara geografi Kabupaten Karanganyar berbatasan dengan Kabupaten Sragen di sebelah utara, Propinsi Jawa Timur di sebelah timur, Kabupaten Wonogiri dan Sukoharjo di sebelah selatan dan Kota Surakarta dan Kabupaten Boyolali di sebelah barat. Disamping letak geografi yang strategis, Kabupaten Karanganyar terdapat banyak potensi wisata, seperti: hutan wisata, wisata alam,



sumber air panas, goa, peninggalan purbakala dan tempat ziarah bersejarah yang keberadaannya pun kurang diketahui oleh masyarakat dalam maupun luar Kabupaten Karanganyar. Salah satu daya tarik pariwisata alam yang dapat ditemukan di Kabupaten Karanganyar adalah air terjun Jumog.

Berbeda dengan Grojogan Sewu di daerah Tawangmangu yang lebih dulu dikembangkan, air terjun Jumog tampak lebih sederhana dan mempunyai luas serta ketinggian air terjun yang lebih rendah. Aliran air terjun Jumog terbentuk dari tiga cabang sungai, yaitu sungai Klueng, Kusumajati dan Jubleg. Air terjun ini mempunyai ketinggian 30 meter yang terbelah menjadi 2 ( air terjun kembar ) hal ini merupakan ciri khas dari air terjun ini serta air murni yang berasal dari sumber mata air sepanjang tahun menjadikan menjadi daya tarik tersendiri berupa alamnya yang asri dan alami. Pengunjung di objek wisata air terjun Jumog pun tidak seramai jika dibanding wisatawan di air terjun Grojogan Sewu, padahal fasilitas yang ditawarkan di tempat wisata ini cukup memadai antara lain : arena permainan anak, kolam renang, *gazebo*, *rest area*, rumah makan dan panggung hiburan, serta terdapat akomodasi sebuah *cottage* dan beberapa *home stay* sekitar 1 km dari lokasi air terjun. Disamping terdapat fasilitas yang memadai, para pengunjung dapat menikmati kuliner yang diujakan seperti sate ayam dan sate kelinci. Makanan tersebut dapat dengan mudah dijumpai di kawasan objek wisata air terjun Jumog. Air terjun Jumog mempunyai ketinggian sekitar 30 meter, meskipun berukuran kurang tinggi namun tetap memancarkan pesona dan keindahan khas wisata alam. Air terjun ini juga disebut masyarakat setempat dengan sebutan *The Lost Paradise* (surga yang hilang), dan bila dilihat air terjun

ini memiliki dua cabang air yang mengalir terjun ke bawah sehingga tampak seperti air terjun kembar. Tempat wisata ini terletak di lereng Gunung Lawu sekitar 500 meter disebelah barat Candi Sukuh yang terletak di Desa Berjo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Propinsi Jawa Tengah.

Dari uraian latar belakang di atas, Kabupaten Karanganyar memiliki potensi yang baik dalam bidang pariwisata alam, namun pada kenyataannya objek wisata air terjun Jumog kurang mendapatkan jumlah kunjungan yang banyak bila dibanding dengan tempat wisata lain disekitarnya, hal ini disebabkan karena kurangnya informasi dan promosi yang kurang merata, maka diharapkan dengan adanya perancangan media promosi air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual diharapkan dapat menambah jumlah kunjungan wisatawan untuk berkunjung.

## **B. Identifikasi Masalah**

Kabupaten Karanganyar memiliki potensi yang baik dibidang pariwisata alam, namun dari sekian jumlah tempat wisata alam yang tersebar di Kabupaten Karanganyar, objek wisata air terjun Jumog belum dapat meningkatkan jumlah wisatawannya, hal itu disebabkan informasi media promosi mengenai obyek wisata air terjun Jumog sangat minim dan belum tersebar secara merata ke seluruh lapisan masyarakat di Kabupaten Karanganyar dan daerah disekitarnya, antara lain di Kabupaten Sragen, Sukoharjo, Wonogiri, Boyolali, dan Kota Surakarta serta masyarakat umum diseluruh wilayah Indonesia.

### **C. Pembatasan Masalah**

Untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan menyebarkan media promosi yang baik dan menarik ke seluruh lapisan masyarakat, maka dengan adanya perancangan media promosi air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual berupa *billboard*, *sign system*, poster, iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, dan brosur diharapkan dapat memberikan informasi lebih lengkap dan mudah diterima oleh visual yang penyebarannya tersebar secara merata, serta seragam karyawan yang berfungsi sebagai seragam identitas karyawan obyek wisata air terjun Jumog. Semua perancangan menggunakan teknik (bahasa) visualisasi hal ini dimaksudkan agar informasi yang disampaikan ke khalayak lebih efektif, efisien, dan komunikatif serta memiliki karakteristik.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan dikaji dalam hal ini adalah bagaimana cara merancang media promosi yang efektif, efisien serta komunikatif sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata air terjun Jumog ?

### **E. Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan ini terdiri dari dua jenis, yaitu :

1. Memperkenalkan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar dan sekitarnya melalui media promosi yang efektif, efisien serta komunikatif.

2. Menghasilkan perancangan media promosi utama yang berupa *billboard*, dan media pendukung berupa iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, brosur, poster, *sign system*, dan seragam karyawan.

#### **F. Manfaat Perancangan**

1. Bagi mahasiswa Pendidikan Seni Rupa khususnya mahasiswa Desain Komunikasi Visual, manfaat dari perancangan ini yaitu menambah pengalaman langsung dari masalah yang ada dan memecahkan masalah tersebut, khususnya dengan menciptakan media promosi yang kreatif untuk menjadikan daya tarik bagi pengunjung.
2. Manfaat perancangan ini bagi Kabupaten Karanganyar khususnya objek wisata air terjun Jumog yaitu dapat digunakan sebagai media promosi kepada masyarakat umum yang berada di dalam maupun luar wilayah Kabupaten Karanganyar dan masyarakat umum diseluruh wilayah Indonesia.
3. Manfaat perancangan ini bagi Universitas Negeri Yogyakarta ( UNY ) ialah menambah kepustakaan atau bahan referensi pembelajaran khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual dan khasanah ilmu Seni Rupa pada umumnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pengertian Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengolah elemen-elemen grafis berupa bentuk, gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya. (Kusrianto, 2007 : 2)

Desain Komunikasi Visual adalah sarana yang memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi. (Supriyono, 2010 : 2)

Desain Komunikasi Visual adalah disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat melalui berbagai kekuatan visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi yang bertujuan menyampaikan pesan dan gagasan secara visual.

Pada setiap hasil karya desain terdapat unsur-unsur visual, antara lain :

#### **1. Titik (*point*)**

Titik merupakan salah satu unsur dasar seni rupa yang wujudnya relatif kecil. Dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik

cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

## **2. Garis (*line*)**

Secara sederhana garis dapat dimaknai sebagai jejak dari suatu benda. Garis tidak memiliki kedalaman (*depth*), hanya memiliki panjang dan ketebalan karena itu garis disebut elemen satu dimensi. Garis memiliki dimensi memanjang serta memiliki arah. Garis memiliki sifat-sifat, seperti : pendek, panjang, vertikal, horisontal lurus, lengkung berombak, putus-putus, bertekstur, dan sebagainya.

Goresan suatu garis memiliki arti/kesan berikut :

- a. Garis tegak : kokoh, kuat, tegas dan hidup.
- b. Garis datar : lemah, tidur, dan mati.
- c. Garis lengkung : lemah, lembut, mengarah.
- d. Garis patah : tegas, tajam, hati-hati, naik turun.
- e. Garis miring : sedang, menyudutkan.
- f. Garis berombak : halus, lunak, berirama.

## **3. Bidang (*shape*)**

Bidang dapat diartikan sebagai segala bentuk yang memiliki dimensi tinggi dan lebar. Bidang dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu bidang geometris (beraturan, formal) dan non-geometris (tidak beraturan, non-formal). Bidang geometris contohnya persegi, kotak, jajar genjang, segi tiga, oval, bujur sangkar dan lain sebagainya.

#### 4. **Tekstur (*texture*)**

Tekstur adalah nilai raba dari permukaan benda. Secara garis besar, tekstur dibagi menjadi 2 macam, yaitu tekstur nyata dan tekstur semu. Tekstur nyata memiliki nilai raba yang sama dengan penglihatan, misalnya tekstur pada batu, pasir, kayu, rumput, dll. Sedangkan tekstur semu adalah rasa permukaan yang sengaja dihadirkan dan tidak sama antara nilai raba dengan penglihatan.

#### 5. **Warna (*color*)**

Salah satu unsur visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian adalah warna. Secara visual warna dibedakan menjadi dua golongan, yaitu warna panas dan dingin. Warna panas meliputi merah, oranye, kuning-oranye, kuning-hijau memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian. Sedangkan warna dingin meliputi hijau, biru, ungu memiliki kesan pasif, statis, damai dan secara umum kurang mencolok.

Warna-warna lembut dapat menyampaikan kesan tenang dan romantis. Sedangkan warna kuat atau tajam dapat mengesankan dinamisme dan cenderung meriah.

Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

- a. *Hue* merupakan pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti warna primer (merah, kuning, biru), sekunder dan tersier.
- b. *Value* merupakan terang-gelapnya warna.
- c. *Intensity* merupakan tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Menurut Molly E. Holzschlag yang merupakan seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya “Creating Color Scheme” yang berisikan daftar mengenai

kemampuan masing-masing warna ketika diberikan respons secara psikologi kepada pemirsanya, yaitu sebagai berikut :

- 1) Warna Merah : kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
- 2) Warna Biru : kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
- 3) Warna Hijau : alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.
- 4) Warna Kuning : optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur / kecurangan, pengecut, pengkhianat.
- 5) Warna Ungu : spiritual, misteri, keagungan, perubahan, bentuk, galak, arogan.
- 6) Warna Orange : energi, keseimbangan, kehangatan.
- 7) Warna Cokelat : bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
- 8) Warna Abu-abu : intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
- 9) Warna Putih : kemurnian / suci, bersih, kecermatan, *inocent* (tanpa dosa), steril, kematian.
- 10) Warna Hitam : kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, kekuatan, ketidak bahagiaan, keanggunan.

(buka situs Color My World di alamat [www.webtechniques.com/ archives/2000/09/sesi/](http://www.webtechniques.com/archives/2000/09/sesi/))

Warna pembuatan karya dengan menggunakan perangkat komputer telah tersedia warna-warna yang banyak dan mungkin tidak dijumpai dalam dunia



nyata, tetapi sistem warna digital akan mampu memberikan nuansa warna yang lebih luas lagi yang berjumlah hingga jutaan. Dalam Photoshop maupun CorelDRAW dikenal dua tipe warna utama, yaitu *Additive Color* dan *Subtractive Color*.

a) Warna Cahaya (*Additive Color*)

Warna Cahaya atau *Additive* dibuat dengan bersumber pada sinar. Misalnya bola lampu memancarkan sinar secara umum disebut sinar putih. Komponen warnanya terdiri dari (RGB) *Red* (merah), *Green* (hijau), dan *Blue* (biru)

b) Warna Bahan (*Subtractive Color*)

Warna Bahan atau *Subtractive* secara umum bisa dikatakan sebagai warna yang dapat dilihat mata kita karena adanya pantulan cahaya.. Komponen warna CMYK adalah *Cyan* (biru muda), *Magenta* (merah), *Yellow* (kuning), dan *Black* (hitam). Warna tersebut juga dipergunakan dalam percetakan offset maupun printer komputer, misalnya cyan 10%, cyan 20% hingga cyan 100% akan menampilkan warna biru tua hingga biru 100%, demikian seterusnya hingga diperoleh warna yang tidak terbatas.

## **B. Tipografi dan Ilustrasi**

Desain komunikasi visual dikatakan efektif apabila berhasil merampok perhatian pembaca. Tujuan desain komunikasi visual disini sebagai alat berteriak “*look at me....!*” atau “*read me, now!*” hal ini dapat kita temukan saat melintasi jalan raya, saat itu mata kita dipaksa untuk menoleh ke sebuah *billboard*.

Merampok perhatian pembaca diawali dengan pengenalan jenis huruf dan cara mengolah huruf agar menarik dan nyaman dibaca. Selain huruf, peran yang penting lainnya adalah ilustrasi yang berfungsi bukan sekedar pengisi bidang kosong (*blank space*), melainkan berperan penting sebagai alat untuk menangkap perhatian (*eye catcher*). Diakhiri dengan strategi penyusunan elemen-elemen visual atau sering disebut teknik *layout*.

Suatu desain perlu mempertimbangkan prinsip penyusunan *layout* desain, prinsip-prinsip desain tersebut antara lain :

1. Keseimbangan (*Balancing*)

Merupakan prinsip pengaturan agar penempatan suatu elemen dalam suatu tempat atau halaman terlihat seimbang. Terdapat dua macam keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan tidak simetris (Kusriyanto, 2007: 279).

2. Kesatuan (*Unity*)

Prinsip kesatuan atau *unity* adalah hubungan antara elemen yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri tersendiri yang disatukan menjadi suatu yang baru yang memiliki fungsi baru yang utuh. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan, misalnya pendekatan elemen-elemen sehingga berdampingan (*side by side*) atau bersinggungan (*in contact each other*), selain itu dapat ditambahkan warna atau alat-alat bantu seperti garis border maka pemanfaatan *grid* untuk menjaga konsistensi desain diperlukan pada suatu karya desain (Kusriyanto, 2007: 279).

### 3. Kontras (*Contrast*)

Kontras sama halnya jika pada suatu halaman yang layoutnya menampilkan elemen-elemen yang sama kuatnya, maka akhirnya tidak ada satupun materi dihalaman buku itu yang menonjol, oleh karena itu diperlukan suatu kontras sehingga akan diperoleh fokus yang ingin ditonjolkan (Kusriyanto, 2007: 281).

### 4. Irama (*Rhythm*):

Irama adalah sebenarnya bermakna sama dengan *repetition* alias pola perulangan yang menimbulkan irama yang enak diikuti (Kusriyanto, 2007: 282).

### 5. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya (Kusriyanto, 2007: 277).

## 1. Tipografi

Tipografi / *Typography* adalah disiplin ilmu yang mempelajari cara memilih dan mengelola huruf dalam desain grafis. Sedangkan orangnya disebut tipografer. Istilah tipografi lebih dikaitkan dengan gaya atau model huruf, bahkan berkembang lebih luas sebagai disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengolah huruf untuk tujuan-tujuan tertentu. Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolaan akan sangat menentukan keberhasilan desain komunikasi visual. Dibaca tidaknya sebuah pesan tergantung pada penggunaan huruf (*type face*) dan cara penyusunannya. Pemilihan huruf yang baik adalah mempertimbangkan nilai kemudahan baca (*readability*), sehingga desain yang baik adalah menyampaikan informasi kepada

pembaca secara cepat, mudah, dan menyenangkan; bukan sebaliknya (Supriyono, 2010 : 19-23).

Huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau *style*, yaitu : Huruf Klasik (*Classical Typefaces*), Huruf Transisi (*Transitional*), Huruf Modern Roman, Huruf Sans Serif, Huruf Berkait Blok (*Egyptian Slab Serif*), Huruf Tulis (*Script*), Huruf Hiasan (*Decorative*). Penggunaan huruf tersebut memang tidak ada pengaturan khusus, menggunakan huruf dengan cara mencoba-coba pun kurang efektif. Berikut cara penggunaan huruf yang praktis :

- menggunakan huruf *Serif* untuk teks dan *Sans Serif* untuk judul
- Menggunakan huruf yang kontras
- Menggunakan sedikit huruf
- Menggunakan *font* secara proporsional

(Supriyono, 2010 : 25-34)

Menurut Supriyono (2010: 25), cara mengenali huruf antara lain dapat dilihat dari periode pembuatannya. Berdasarkan sejarah perkembangannya, huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau *style*, antara lain:

#### 1) Huruf Klasik (*Classical Typeface*)

Disebut juga *Old Style Roman* dan diciptakan pada awal teknologi cetak (1671), huruf ini memiliki kait (*serif*) lengkung dan memiliki bentuk tebal tipis yang jelas sebagai cirinya. Huruf *Old Style* paling banyak digunakan untuk teks karena tingkat keterbacaannya (*readable*) yang tinggi.

Huruf yang dikategorikan dalam kelompok *Oldstyle* adalah *Bembo*, *Bauer Text*, *CG Cloister*, *ITC Usherwood*, *Claren-Don*, *Garamond*, *Goudy Oldstyle*, *Palatino (Palmspring)*, dan sebagainya (Kusrianto, 2007: 202).



Gambar 1: **Contoh huruf *Oldstyle***  
(Adi Kusrianto, 2007: 202)

## 2) Huruf Transisi (*Transitional*)

Huruf jenis ini mulai digunakan tahun 1757, perbedaan huruf ini dengan huruf klasik terletak pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki perbedaan pada tubuh huruf (garis yang vertikal). Huruf yang termasuk huruf transisi adalah *Baskerville* dan *Century*.



Gambar 2: **Contoh huruf *Transitional***  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 28 Mei 2013)

### 3) Huruf *Modern Roman*

Mulai digunakan sejak tahun 1788, huruf jenis ini jarang digunakan dalam teks karena ketebalan tubuh hurufnya sangat kontras. Huruf-huruf yang termasuk dalam tipe *modern* adalah *Bodoni*, *Bauer Bodoni*, *Didot*, *Torino*, *Auriga*, *ITC Fenice*, *Linotype Modern*, *ITC Modern*, *Walbaum Book*, *ITC Zapf Book*, *Bookman*, *Cheltenham*, *Melior*, dan sebagainya (Kusrianto, 2007: 203).



Gambar 3: **Contoh huruf *Modern***  
(Adi Kusrianto, 2007: 203)

### 4) Huruf *Sans Serif*

Diciptakan pada tahun 1800. Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel. Dikenal juga dengan istilah *grotesque* karena pada awal kemunculannya dianggap aneh dan unik. Contoh huruf *Sans Serif* adalah: *Franklin Gothic*, *Azkiident Grotesk*, *Helvetica*, *Univers*, *Formata*, *Avant Garde*, *Gill Sans*, *Futura*, *Optima*, dan sebagainya (Kusrianto, 2007: 204).



Gambar 4: **Contoh huruf Sans Serif**  
(Adi Kusrianto, 2007: 204)

#### 5) Huruf Berkait Balok (*Egyptian Slab Serif*)

Huruf yang berkembang pada tahun 1895 ini memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan tubuh huruf sehingga berkesan elegan, jantan dan kaku. Contohnya antara lain: *Boton, Aachen, Calvert, Lulabin Graph, Memphis, Rockwell, Serifa, Clarendon, Stymie*, dan sebagainya (Kusrianto, 2007: 204).



Gambar 5: **Contoh huruf Slab Serif**  
(Adi Kusrianto, 2009: 204)

#### 6) Huruf Tulis (*Script*)

Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). Sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang. Walaupun demikian, cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.



Gambar 6: *Contoh huruf Script*

(Sumber: [www.google.com](http://www.google.com), diakses tanggal 28 Mei 2013)

Memilih jenis huruf dapat diibaratkan seperti memilih pakaian, tergantung pada kebutuhan dan situasinya. Penggunaan huruf dalam komunikasi visual perlu disesuaikan dengan isi atau pesan yang diusung. Seperti desain tentang olah raga akan lebih representatif jika menggunakan huruf *sans serif* tebal (misalnya *Futura*) yang memiliki kesan jantan, elegan, tegas, keras, dan dinamis. Sebaliknya huruf *sans serif* kurang sesuai mempresentasikan informasi mengenai kelembutan dan kecantikan.

*Kejuaraan Tinju*

*Font ini tidak cocok untuk dengan makna*

**Kejuaraan Tinju**

*Font ini lebih tepat untuk digunakan, karena memiliki kesan jantan, tegas, keras.*



## 2. Ilustrasi

Suatu desain yang tidak menyetakan ilustrasi cenderung monoton, kurang inovatif, kurang menyenangkan, dan tidak memiliki unsur *eye catcher*. Adanya ilustrasi dimaksud untuk memperjelas informasi atau pesan dan sekaligus sebagai alat untuk menarik perhatian (*attention grabber*) melalui pengelihatan visual. Pengertian ilustrasi secara luas tidak terbatas pada gambar atau foto. Ilustrasi dapat berupa garis, bidang, dan bahkan susunan huruf dapat disebut ilustrasi. Pengertian ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan memperjelas teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Ilustrasi yang berhasil menarik perhatian pembaca pada umumnya memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut :

- Komunikatif, inovatif, dan mudah dipahami
- Mengubah perasaan dan hasrat untuk membaca
- Ide baru, orisinil, bukan merupakan plagiat atau tiruan
- Punya daya pukau (*eye-catcher*) yang kuat
- Jika berupa foto atau gambar, harus punya kualitas yang memadai, baik dari aspek seni maupun teknik pengerjaan.

namun penggunaan ilustrasi yang berlebihan dapat membingungkan dan mengurangi nilai keterbacaan. Ilustrasi apapun bentuknya memiliki potensi besar untuk merebut perhatian pembaca. Tujuan ditambahkannya ilustrasi antara lain :

- Menangkap perhatian pembaca
- Memperjelas isi yang terkandung dalam teks (*body copy*)
- Menunjukkan identitas perusahaan

- Menunjukkan produk yang ditawarkan
- Meyakinkan pembaca terhadap informasi yang disampaikan melalui teks
- Menonjolkan keunikan produk
- Menciptakan kesan yang mendalam terhadap produk atau pengiklan.

(Supriyono, 2010 : 50-52)

### C. Pengertian Media

Media memiliki peran dalam menyampaikan pesan kepada pihak yang menerimanya, adapun pengertian media yang ditinjau dari bahasa dan terminologinya. Kata media berasal dari baha latin dan merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang secara harfiahnya berarti “perantara” atau “pengantar”. Kata kunci media adalah “perantara”.

Menurut Vernon S.Gerlach dan Donald P.Ely dalam Rohani (1997 : 2) pengertian media ada dua macam, yaitu arti sempit dan arti luas. “Arti sempit” bahwa media itu berwujud : grafik, foto, alat mekanik dan elektronik yang digunakan untuk menangkap, memproses serta menyampaikan informasi. Menurut Sharon, pengertian media dalam arti luas yaitu, alat informasi dan sumber informasi (Sharon, TT:9). Dalam konsep ini segala jenis alat, baik elektronik maupun non elektronik, yang dijadikan sarana penyampaian pesan dalam komunikasi dapat disebut media. Robert Hanick dan kawan-kawan menyatakan bahwa : “ *A medium (plural media) is a channel of communication, example include film, television, diagram, printed materials, computers, and*

*instructoes*”. Media adalah saluran komunikasi termasuk film, televisi, diagram, materi tercetak, komputer, dan instruktur.

Dalam hal ini arti media dalam penggunaan media promosi adalah alat perantara atau pengantar baik dari elektronik maupun non elektronik yang berisi tentang pesan maupun sumber informasi yang memiliki daya tarik sehingga dalam penerapannya dapat memberikan ajakan terhadap seseorang.

(Musfiqon, 2012 : 27)

Salah satu tujuan dari promosi adalah mengumpulkan audiens sebanyak-banyaknya agar iklan bisa sampai kepada audiens. Tapi terkadang sebuah media saja tidak cukup, karena itu perlu adanya beberapa media yang nantinya bersifat utama (*prime media*) dan pendukung (*supporting media*).

Media komunikasi grafis bermacam-macam, secara garis besar media dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Media cetak/visual (*printed material*), contohnya: poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus, selipat (*folder*), selebaran (*leaflet*), amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah dan surat kabar.
- b) Media luar ruangan (*outdoor*), contohnya: spanduk (*banner*), papan nama, umbul-umbul, *neon-box*, *neon-sign*, *billboard*, baliho, *mobile box*.
- c) Tempat pajang (*display*), contohnya: etalase (*window display*), *point of purchase*, desain gantung, *floor stand*.

#### **D. Pariwisata dan Taman Rekreasi**

Pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang timbul oleh perjalanan dan persinggahan manusia diluar tempat tinggalnya. (H.Kodyat, 1996:3)

Yoeti (1991 : 109) bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk usaha bisnis atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamayaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata adalah suatu perjalanan dan persinggahan yang dilakukan oleh manusia diluar tempat tinggalnya dimana hanya bersifat sementara waktu yang bertujuan untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamayaan dan rekreasi untuk memenuhi keinginannya.

#### **E. Obyek Wisata Air Terjun Jumog**

Air terjun adalah formasi geologi dari arus [air](#) yang mengalir melalui suatu formasi bebatuan yang mengalami [erosi](#) dan jatuh ke bawah dari ketinggian. Air terjun dapat berupa buatan yang biasa digunakan di taman. Beberapa air terjun terbentuk di lingkungan pegunungan dimana erosi kerap terjadi.

Air terjun Jumog terletak di Dusun Berjo, Desa Berjo yang dibangun pada tanggal 7 agustus 2004 atas kerjasama Abdullah Faraz Abdad dan pemerintahan Kabupaten Karanganyar. Abdullah adalah investor lokal yang telah mengarahkan

warga Jumog merebas semak-belukar, untuk mendapatkan akses jalan menuju air terjun Jumog.

Pada awalnya Abdullah hanya memiliki sebidang tanah di Dusun Jumog, namun setelah menjelajah, secara tidak terduga dia menemukan air terjun ini. Kemudian dia mengajukan sewa lahan selama 20 tahun dengan opsi 20 tahun. Tiada sewa dikeluarkan, hanya bagi hasil dengan pemerintah daerah, warga setempat, dan Abdullah sendiri. Sehingga bisa dikatakan bahwa Jumog merupakan milik masyarakat Desa Berjo, Kabupaten Karanganyar dan investor.

Pada Tahun 2006 Pengelolaan air terjun Jumog diambil alih oleh desa karena suatu hal yang menyebabkan hal itu dilakukan oleh pihak desa. Pengelolaan obyek wisata air terjun Jumog dikelola langsung lewat sekretariat Desa Berjo. Hal ini berjalan selama 2 tahun hingga Tahun 2008 awal. Air murni yang berasal dari sumber mata air sepanjang tahun, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan asing maupun wisatawan domestik. Disamping itu akses jalan masuk yang mudah juga sangat menguntungkan bagi para wisatawan.

Aliran air terjun Jumog terbentuk dari tiga cabang sungai, yaitu sungai Klueng, Kusumajati dan Jubleg. Air murni yang berasal dari sumber mata air sepanjang tahun merupakan menjadi daya tarik tersendiri berupa alamnya yang asri dan alami. Air terjun dengan ketinggian 30 meter yang terbelah menjadi 2 ( air terjun kembar ) dan berada pada ketinggian 1000 meter dpa (dari permukaan air). Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yang keluar dari sela-sela bebatuan yang berada di sebelah timur +/- 800 meter dari air terjun Jumog yang belum terkontaminasi oleh limbah/kotoran.

Air terjun Jumog tampak dari jauh terlihat anggun dengan airn yang bersih dan alami dikelilingi oleh pepohonan dengan dedaunan yang hijau dan rimbun serta burung-burung liar khas gunung Lawu. Suasana yang romantis dengan udara yang sejuk sangat cocok untuk melepas penat dan melalui jalan yang berkelok-kelok terlihat sejuk dirasakan dan indah dipandang pada lereng lembah menuju air terjun Jumog.

Air terjun Jumog yang merupakan obyek wisata alam ini cocok untuk tempat wisata keluarga . Bagi anak-anak dan remaja sekolah pun tersedia juga fasilitas *out bond* untuk menguji keberanian yang berada diatas sungai sepanjang 45 meter. Kolam renang, mainan anak, aula maupun gazebo juga merupakan fasilitas yang ada di Jumog. Semua itu dapat dinikmati dengan hanya membeli tiket seharga Rp.3000,00 pada hari senin sampai dengan sabtu dan khusus setiap hari minggu tiket dapat dibeli seharga Rp.5000,00 yang sudah termasuk mendapat pertunjukan pentas hiburan (organ tunggal, dangdut, pop, koes plus & campursari) yang telah disediakan oleh pengelola sehingga menambah keceriaan dan dapat dinikmati oleh semua pengunjung.

## **F. Iklan**

Istilah iklan (bahasa Melayu) berasal dari kata i'lan (bahasa Arab) yang artinya meneriakkan secara berulang-ulang. Istilah lain iklan adalah reklame, pengaruh dari bahasa Perancis *reclame* yang asalnya dari bahasa Latin *reclamare*, artinya menyerukan. Dimasa lalu banyak orang Indonesia yang menyebutnya 'advertensi', terpengaruh bahasa Belanda *advertentie*, saat ini orang lebih akrab dengan istilah *advertising* (bahasa Inggris) yang berasal dari bahasa Latin

*advertere* berarti berpaling, memusatkan perhatian pada sesuatu. Menurut Rhenald Kasali, iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Sementara itu menurut William F. Arens, “*advertising is the structured and composed nonpersonal communication of information, usually paid for and usually persuasive in nature, about products (goods, services, and ideas) by identified sponsors through various media*”. Pernyataan tersebut dapat diartikan, iklan adalah struktur dan susunan komunikasi nonpersonal mengenai informasi produk (barang, jasa, dan ide), umumnya dibiayai dan bersifat membujuk, dilakukan oleh sponsor yang teridentifikasi melalui media (Supriyono, 2010 : 128)

Jadi pengertian iklan adalah pesan mengenai informasi (barang, jasa, dan ide) yang bersifat membujuk ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan merupakan suatu alat *marketing* untuk memperlihatkan dan menjual produk dari perusahaan kepada masyarakat tertentu (*target audience*) menggunakan elemen-elemen verbal dan visual melalui media yang dianggap efektif. Sebagian besar iklan cetak memuat dua elemen, visual (seni rupa) dan verbal (naskah). Elemen visual bisa berupa ilustrasi (foto atau gambar), tipografi, bidang atau gabungan beberapa unsur grafis. Sementara itu, elemen verbal terdiri dari judul (*headline*), subjudul (*subhead*), teks (*body copy*), dan *baseline* (slogan atau nama dan alamat perusahaan).

1. *Headline* atau kepala tulisan, adalah pesan verbal yang paling ditonjolkan.

*Headline* adalah bagian teks yang diharapkan pertama kali dibaca oleh target audiens. Letak posisi *headline* tidak selalu dibagian atas.

2. *Subheadline* atau subjudul, sering disingkat *subhead*, adalah kalimat penjelasan atau kelanjutan dari *headline*. Umumnya diletakkan dibawah headline.
  3. *Bodycopy* atau *bodytext*, adalah teks yang menguraikan informasi produk lebih detail, diharapkan dapat membujuk dan memprovokasi pembaca untuk membeli atau memenuhi produk yang diiklankan atau ditawarkan.
  4. *Tagline* atau slogan, sering disebut *catch phrase* adalah kalimat pendek yang menyerukan spirit, kualitas, dan keunggulan-keunggulan produk secara konsisten dan berulang-ulang sehingga dihafal masyarakat.
  5. *Closing* adalah bagian penutup iklan. Umumnya berupa nama dan logo perusahaan beserta alamat pengiklan. *Closing* dalam *layout* iklan diletaknya berada dibagian paling bawah sebagai penutup.
  6. Ilustrasi adalah foto atau *brand* yang ditawarkan. Bisa merupakan *main visual* (gambar utama) atau hanya dibuat kecil.
- (Sumber Supriyono, 2010 : 131-133)

## **G. Promosi dan Media Perancangan**

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan (dalam hal ini pengunjung).



Tujuan promosi di antaranya adalah:

1. Menyebarkan informasi produk (objek wisata air terjun Jumag) kepada target pasar potensial.
2. Untuk mendapatkan kenaikan pengunjung untuk mendapat profit/laba.
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru (pengunjung baru) dan menjaga kesetiaan pelanggan (pengunjung lama).
4. Untuk menjaga kestabilan pengunjung ketika terjadi lesu pasar.
5. Membedakan serta mengunggulkan produk (objek wisata) dibanding produk (objek wisata) pesaing.
6. Membentuk citra produk (objek wisata) di mata konsumen (pengunjung) sesuai dengan yang diinginkan.

Air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual ini bertujuan untuk membidik pengunjung atau wisatawan yang mengikut-sertakan keluarganya untuk berlibur ke objek wisata air terjun Jumog. Dalam upaya mempromosikan objek wisata air terjun Jumog melalui media promosi visual yang akan digunakan adalah *billboard*, *sign system*, iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, poster, brosur, dan seragam karyawan.

#### 1. *Billboard*

*Billboard* atau papan iklan yang berukuran besar digunakan sebagai media promosi diharapkan dapat memberikan daya tarik pengunjung dengan mengandalkan unsur visual yang jelas dan menarik, sehingga audiens dapat dengan mudah menangkap pesan dari iklan yang telah terpasang.

## 2. *Sign System*

Melalui *sign system* diharapkan mampu menarik pengunjung, dimana dalam *sign system* terdapat informasi mengenai jarak yang akan ditempuh wisatawan menuju objek wisata, dengan adanya informasi jarak maka akan menuntun pengunjung untuk tiba di lokasi objek wisata air terjun Jumog.

## 3. Iklan Majalah

Pemasaran iklan majalah sangatlah efektif sebagai media promosi (objek wisata air terjun jumog) karena majalah memiliki kelompok pembaca yang lebih spesifik dibanding surat kabar dan sebaran jangkauan yang luas. (Supriyono 2010:152)

## 4. X-Banner

*X-Banner* adalah salah satu media promosi yang dicetak dengan Print Digital yang umumnya berbentuk Potrait atau Vertikal. Adapun Banner adalah bentuk penyederhanaan dari Baliho. Dalam hal ini media promosi akan diterapkan pada *x-banner*

## 5. *Leaflet*

*Leaflet* atau selebaran adalah lembaran kertas cetak yang yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih. Dalam hal ini *leaflet* berfungsi sebagai pemuat informasi dan pemberi daya tarik pengunjung agar dapat berkunjung ke objek wisata air terjun Jumog (Kusrianto 2007 : 330).

#### 6. Brosur

Brosur adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Brosur dapat dijadikan media promosi yang baik namun juga efektif bagi objek wisata air terjun Jumog (Kusrianto 2007 : 330).

#### 7. Poster

Poster merupakan karya seni yang tergolong dalam seni pakai yang berfungsi menunjang sarana promosi barang atau jasa. Dalam hal ini melalui media poster yang tertempel ditempat yang strategis dapat menambah promosi bagi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata air terjun Jumog (Supriyono 2010:158).

#### 8. Seragam Karyawan

Seragam menjadi suatu kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan, bisa dibayangkan pegawai yang tidak mengenakan seragam, tentu saja manajemen akan sulit mengelola karyawan yang sedang bekerja, terutama jika tidak ada perbedaan antara pakaian yang dikenakan oleh karyawan dengan pakaian yang dikenakan para pengunjung.

(sumber:<http://maydamutiara.com/2012/01/manfaat-fungsi-pakaian-seragam-kerja.html>)

### H. Logo

Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Asal kata logo dari bahasa Yunani *logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Istilah *logotype* dahulu diartikan sebagai: tulisan nama entitas yang didesain secara khusus menggunakan

teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu. Jadi awalnya *logotype* adalah elemen tulisan saja. Istilah logo yang kita kenal sekarang lebih populer daripada *logotype* dan dalam aplikasinya dapat menggunakan elemen apa saja: tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual.

Penggunaan logo pada suatu perusahaan sangatlah lazim digunakan, selain sebagai identitas logo dapat mencerminkan wajah dan watak perusahaan, tak heran logo memiliki peranan yang besar karena dituntut mampu berbicara pada publik bahwa ia adalah representasi atau pencerminan dari perusahaan itu sendiri. Logo juga merupakan bagian dari *marketing tools* yang sangat menentukan dikarenakan logo lah yang pertama kali dilihat oleh konsumen.

Logo yang efektif merupakan logo yang mudah untuk diingat dan mampu mengekspresikan spirit perusahaan. Logo bisa berupa rangkaian huruf, bentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar. Logo yang berupa huruf disebut *logotype*, sedangkan logo yang berwujud gambar disebut *logogram*. Williams yang didukung oleh desainer grafis Australia, Jacob Cass (Supriyono, 2010 : 106) menjelaskan prinsip-prinsip desain logo yang baik, sebagai berikut :

1. Logo harus mampu mendeskripsikan perusahaan atau produk (*describable*).
2. Jika dicetak hitam-putih (tanpa warna), logo tetap efektif dan menarik (*effective without colour*).
3. Logo harus simpel dan mudah diingat (*memorable*).
4. Dalam ukuran kecil, logo masih bisa dibaca dan dapat dikenali (*scalable*).

(Supriyono, 2010 : 101-106)

## **I. Metode Perancangan**

### **1. Tahap Perancangan**

Tahapan yang dilakukan dalam proses perancangan ini terlebih dahulu dimulai dengan pemikiran obyek yang akan dijadikan media untuk digunakan sebagai desain pada obyek wisata air terjun Jumog. Proses pengerjaan tersebut dilakukan mengacu pada kreativitas, yaitu kemampuan untuk menyajikan ide dan pemikiran baru melalui visualisasi. Sehingga diharapkan media yang dihasilkan tersebut dapat membantu mempromosikan obyek wisata air terjun Jumog dengan menggunakan komunikasi yang baik dan mudah dipahami serta penggunaan teknik visualisasi pada media penyebarannya. Strategi kreatif ini memfokuskan pada apa yang harus dikomunikasikan yang akan memandu pengembangan seluruh pesan yang digunakan dalam kampanye periklanan.

### **2. Tahap *Layout***

Sebuah perancangan desain promosi yang baik memerlukan proses dan tahapan yang baik pula agar menghasilkan hasil yang baik dan memuaskan. Dalam merancang air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual ini melalui beberapa tahapan *layout* antara lain :

#### **a. *Layout* Gagasan**

Tahapan awal dari sebuah visualisasi perancangan berupa coret-coretan dasar untuk mencari tata letak, susunan huruf, teks maupun gambar yang akan digunakan sebagai ilustrasi.

b. *Layout Kasar*

Kumpulan sketsa yang dibuat merupakan pengembangan gagasan yang telah direncanakan namun pada tahap *layout* kasar tersebut belum semuanya benar, pembetulan dan revisi masih mungkin dilakukan.

c. *Layout Lengkap*

Setelah gagasan ditentukan dan telah melalui tahap pengembangan dan penyempurnaan maka dibuat *layout* lengkap yang merupakan titik akhir disebut final design yaitu sudah bentuk jadi dan hasilnya dapat dinikmati.

### **3. Alat atau Instrumen yang Digunakan**

Suatu pengerjaan perancangan tidak dapat dilepaskan dari alat atau instrumen yang menjadi pendukung demi terciptanya desain yang baik.

Proses pengerjaan menggunakan perangkat keras (*hardware*) yaitu komputer, kamera digital sedangkan perangkat lunak (*software*) menggunakan *microsoft word, coreldraw x4, photoshop cx5* dan alat atau instrumen yang digunakan dalam *finishing* desain menggunakan *system digital printing*.

### **4. Langkah Perancangan**

Langkah yang akan dilakukan sebagai proses pembentukan karya, antara lain :

- a. Desain Logo
- b. Menentukan jenis media promosi yang akan digunakan, sesuai fungsi dan manfaat sehingga tepat pada sasaran yang dituju.

- c. Membuat sketsa kasar untuk desain yang akan dipergunakan pada media promosi.

Setelah membuat sketsa kasar maka tahap selanjutnya adalah memilih foto sebagai ilustrasi pada media yang akan dikerjakan serta menentukan jenis typografi dan bahan untuk media promosi.

## **5. Tahap Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan diterapkan dalam perancangan media promosi Air Terjun Jumog Sebagai Ide Penciptaan Media Promosi Visual ini dilakukan melalui beberapa tahap, hal bertujuan untuk mendapat hasil yang maksimal, melalui :

### **a. Wawancara**

Wawancara bertujuan untuk mendapatkan data secara langsung kepada pihak yang bersangkutan, dalam wawancara tersebut mewawancarai pengelola maupun orang yang bertanggung jawab terhadap objek wisata air terjun Jumog, yaitu dengan Pardi selaku pemimpin dari obyek wisata air terjun Jumog sehingga setelah mendapatkan data yang lengkap mengenai awal terbentuk dan latar belakang obyek wisata air terjun Jumog, dengan adanya data yang diperoleh diharapkan dapat merancang media promosi yang efektif, efisien serta komunikatif sehingga dapat menarik minat wisatawan agar berkunjung dan meramaikan obyek wisata air terjun Jumog.

#### b. Daftar Pustaka

Daftar pustaka bertujuan sebagai pelengkap data dan menunjang suatu teori dan deskripsi yang akan digunakan dalam karya, maka dari itu suatu karya perlu adanya pedoman dari pendapat dan kajian dari buku-buku pedoman yang didapat dari perpustakaan-perpustakaan, buku mengenai ilmu desain, buku mengenai pemasaran, kamus maupun diksi yang berkaitan, serta dari sumber pendukung lainnya atau internet.

### 6. Bentuk data

#### a. Data Verbal

Data tertulis (verbal) mengenai obyek wisata air terjun Jumog diperoleh dari berbagai sumber, antara lain buku profil obyek wisata air terjun Jumog, kumpulan tulisan yang berkaitan dengan obyek wisata air terjun Jumog, *power point* yang ditulis oleh pengelola, sehingga dapat diperoleh data sebagai berikut :

#### Sejarah Terbentuknya Air Terjun Jumog

Air terjun Jumog terletak di dusun Berjo, desa Berjo yang dibangun pada tanggal 7 agustus 2004 atas kerjasama Abdullah Faraz Abdad dan pemerintahan Kabupaten Karanganyar sebagai investor lokal yang telah mengarahkan warga Jumog merebas semak-belukar, untuk mendapatkan akses jalan menuju air terjun Jumog.

Bermula Abdullah hanya memiliki sebidang tanah di dusun Jumog dan menemukan air terjun Jumog. Pada Tahun 2006 pengelolaan air terjun Jumog diambil alih oleh desa karena suatu hal yang menyebabkan hal itu dilakukan oleh



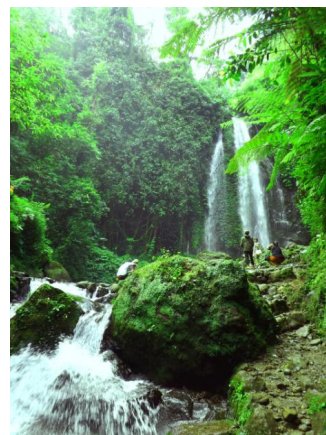
pihak desa. Pengelolaan obyek wisata air Terjun Jumog dikelola langsung lewat sekretariat Desa Berjo. Hal ini berjalan selama 2 tahun hingga tahun 2008 awal.

#### **b. Data Visual**

Proses pengumpulan data visual yaitu segala jenis media secara visual yang dapat ditemukan pada obyek wisata air terjun Jumog, seperti foto-foto. Setelah foto terkumpul kemudian melakukan seleksi terhadap foto yang digunakan agar mendapatkan hasil yang optimal. Data visual berupa gambar-gambar, antara lain foto-foto lokasi, suasana lokasi. Berikut beberapa hasil foto yang diambil menggunakan Kamera Fujifilm yang akan digunakan dalam perancangan media promosi obyek wisata air terjun Jumog :



**Gambar 7: Air terjun Jumog**



**Gambar 8: Air terjun Jumog**



**Gambar 9: Kolam renang**



**Gambar 10: Sungai air terjun Jumog**

Gambar 11: **Loket karcis**Gambar 12: **Taman bermain**

### c. Implementasi

Agar perancangan media promosi air terjun Jumog berjalan baik dan tidak meninggalkan segi estetis maka diperlukan perwujudan visualisasi kreatif dalam media yang dipilih dan telah disesuaikan.

Dalam proses implementasi diperlukan strategi serta pemikiran yang matang terhadap proses produksi dan penerapannya pada media penyebarannya.

Implementasi ini terdiri dari beberapa proses produksi, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi

### J. Metode dan Analisis data

Perancangan media promosi air terjun Jumog ini menggunakan metode pendekatan Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) sesuatu yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimalkan resiko yang mungkin timbul. Analisis SWOT tersebut

menganalisis dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bertujuan untuk mencari peluang bagi perusahaan dalam membuat peluang bisnis. Langkah yang digunakan adalah dengan mengoptimalkan segi positif dan dengan meminimalkan segi negatifnya, adapun langkah analisis tersebut yaitu dengan mengkaji hal atau gagasan yang akan dinilai dengan cara memilah dan mengelompokkan sebanyak mungkin segi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

1. *Strengths* dan *Weakness* adalah untuk menganalisa kondisi internal objek wisata air terjun Jumog dalam potensi pariwisata alam, baik dari segi kenyamanan lokasi pariwisata maupun akses ke lokasi wisata.
2. *Strengths* untuk melihat kekuatan apa yang dimiliki objek wisata air terjun Jumog, yaitu mempunyai wisata air terjun yang indah, kenyamanan yang baik, kebersihan yang terjaga, tempat yang masih alami dan segar, dan dilengkapi oleh fasilitas-fasilitas pendukung.
3. *Weakness* untuk melihat kekurangan apa saja yang belum dimiliki objek wisata air terjun Jumog yaitu minimnya media promosi dan belum tersebar secara merata dikalangan masyarakat intern maupun ekstern (masyarakat dalam kabupaten Karanganyar maupun masyarakat luar kabupaten Karanganyar), perancangan media promosi bertujuan untuk menambah sarana promosi dan memberi daya tarik wisatawan untuk berkunjung.
4. *Opportunities* pada obyek wisata air terjun Jumog ini adalah dimana air terjun Jumog berada di wilayah Kabupaten Karanganyar dan pada kenyataannya letak kabupaten Karanganyar berada di Kodya Surakarta dimana masih dekat dengan

kabupaten Sragen, Wonogiri, Solo, Boyolali, sehingga hal ini menjadikan peluang terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

5. *Threats* digunakan untuk menganalisis kondisi eksternal objek wisata air terjun Jumog, yaitu ancaman terhadap pengunjung yang lebih memilih berkunjung ke obyek wisata lain.

## K. Program dan Estimasi Biaya Media

### a. Program Media

Pelaksanaan program media dilaksanakan dengan estimasi waktu dalam jangka satu tahun dengan pembaruan media promosi yang dilakukan pada bulan tertentu tahun 2014 agar tercipta komunikasi yang informatif, efektif dan efisien. Media promosi dibagi menjadi 2, yaitu media utama (*prime media*) yang berfungsi sebagai media promosi yang diunggulkan, karena media promosi air terjun Jumog belum begitu dikenal dan hanya memiliki dua media promosi antara *billboard* dan *leaflet*, maka diharapkan dengan menambah media promosi utama dan pendukung yang disebar secara merata diharapkan promosi obyek wisata air terjun Jumog dapat menjangkau target audiens yang luas untuk berkunjung. Berikut program pelaksanaan media utama dan media pendukung obyek wisata air terjun Jumog :

Tabel 1 : Pelaksanaan program media utama (*prime media*) tahun 2014

No.	Nama Media	Bulan					
		Jan-Feb	Mar-Apr	Mei-Juni	Juli-Agsts	Sept-Okt	Nov-Des
1.	<i>Billboard</i>	√			√		

Tabel 2 : Pelaksanaan program media pendukung (*supporting media*) tahun 2014

No.	Nama Media	Bulan					
		Jan-Feb	Mar-Apr	Mei-Juni	Juli-Agsts	Sept-Okt	Nov-Des
1.	Iklan majalah				√		
2.	<i>X-banner</i>				√		
3.	Brosur				√		
4.	<i>Leaflet</i>				√		
5.	<i>Sign system</i>				√		
6.	Poster				√		
7.	Seragam karyawan				√		

#### L. Estimasi Biaya Media

Estimasi biaya media promosi ditetapkan agar pelaksanaan media promosi dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan. Berikut perincian biaya cetak media promosi pada tahun 2014:

Tabel 3 : Estimasi biaya media utama (*prime media*) tahun 2014

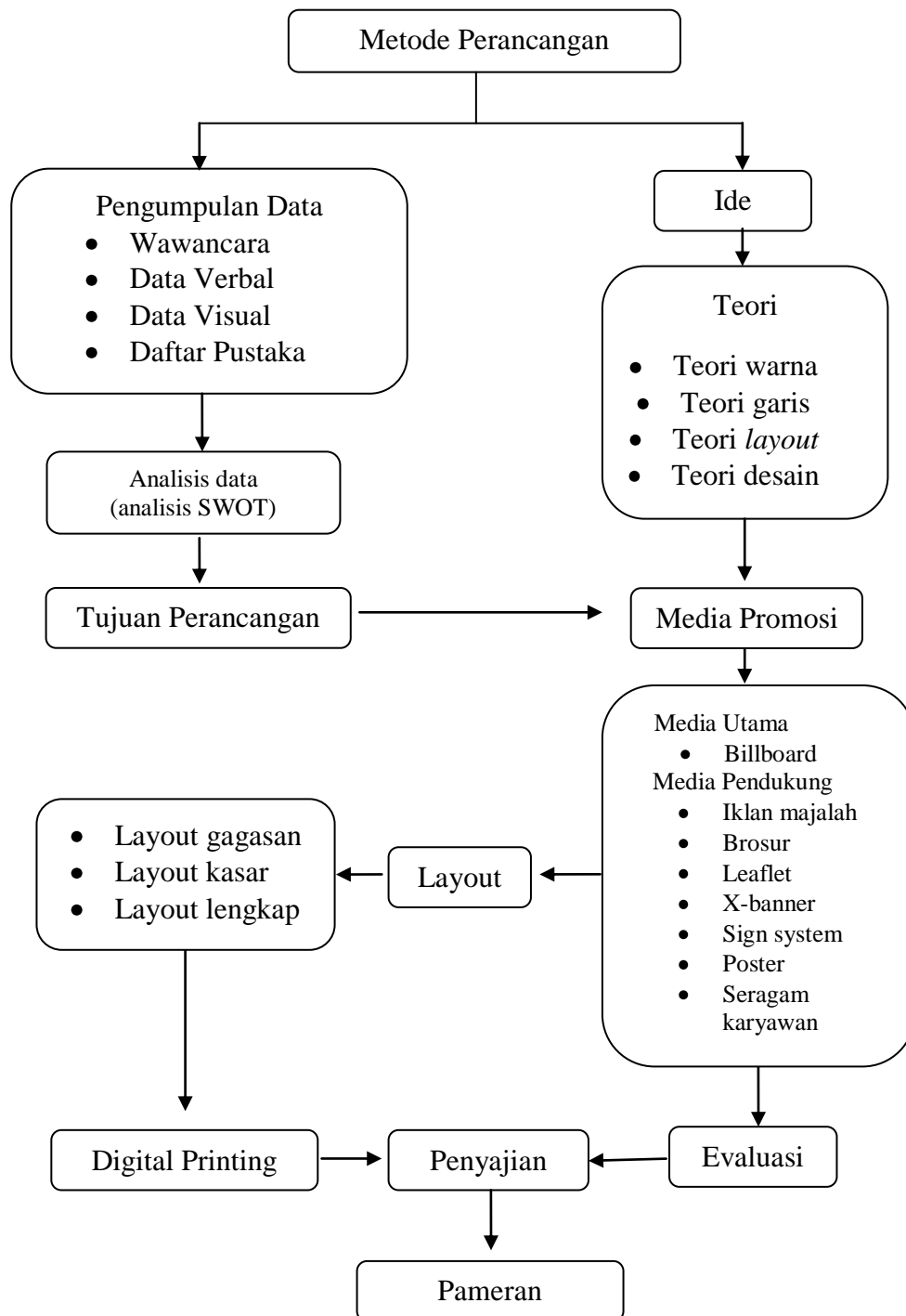
No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Penempatan Produk	Estimasi Biaya
1.	<i>Billboard</i>	5,5 m x 4m	6	Jl.Solo-Tawangmangu (ngepos) sambang, perempatan Balai Desa Berjo, Jl. Ngargoyoso. Dinas Pariwisata	Rp.400.000x6x2 = Rp.4.800.000,00
<b>Jumlah</b>					Rp. 4.800.000,00

Tabel 4 : **Estimasi biaya media pendukung (*supporting media*) tahun 2014**

No .	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Penempatan Produk	Estimasi Biaya cetak media per Tahun
1.	Iklan majalah	21cmx29cm	1	Majalah Destinasia	Rp.2.200.000,00
2.	<i>X-banner</i>	60cmx160cm	5	Dinas Pariwisata, pintu masuk Jumog	Rp.35.000x5 = Rp.175.000,00
3.	Brosur	29,7cm x 21cm	1000	Dinas Pariwisata, Loket masuk Jumog	Rp.1500x1000= Rp.1.500.000,00
4.	<i>Leaflet</i>	21cmx19 cm	1000	Dinas Pariwisata, Loket masuk Jumog	Rp.1500x1000= Rp.1.500.000,00
5.	<i>Sign system</i>	50 cmx60cm dan 59,4cm x 42cm	6	Jl.Solo-Tawangmangu sambang, perempatan Balai Desa Berjo, Jl. Ngargoyoso.	Rp.200.000x6= Rp.1.200.000,00
6.	Poster	29,7cm x 42 cm	600	Dinas Pariwisata,	Rp.1500x600= Rp.9.000.000,00
7.	Seragam karyawan	L	9	Dipakai oleh karyawan	Rp.100.000x9= Rp.900.000,00
<b>Jumlah</b>					Rp.1.6475.000,00

**Jadi total biaya media promosi pada tahun 2014 adalah Rp.21.275.000,00**

### M. Skema Perancangan



### **BAB III**

## **VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA**

### **A. Konsep Perancangan**

Konsep perancangan sangat diperlukan dalam proses menciptakan desain yang baik, dimana tujuan pada perancangan ini adalah merancang media promosi yang efektif, efisien serta komunikatif sehingga media promosi ini mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata air terjun Jumog. Adapun konsep perancangan media promosi obyek wisata air terjun Jumog ini secara umum adalah menampilkan visualisasi (pemandangan dan suasana) di obyek wisata air terjun Jumog dalam bentuk gambar/foto yang diolah kedalam media promosi.

Langkah pertama dalam konsep ini adalah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang baik dengan mengolah unsur garis dan bidang, menggunakan variasi warna hijau sebagai simbol atau penggambaran pada alam, hal ini dipertimbangkan karena obyek wisata air terjun Jumog merupakan obyek wisata alam dan menampilkan suasana pada obyek wisata air terjun Jumog beserta fasilitas yang ditawarkan. Media promosi menggunakan bahasa yang formal yaitu bahasa yang mudah dimengerti sehingga mudah dipahami semua kalangan. Target audiens atau sasaran dari perancangan media promosi ini adalah keluarga dan masyarakat umumnya yang berada di Kabupaten Karanganyar dan daerah sekitarnya, antara lain di Kabupaten Sragen, Sukoharjo, Wonogiri, Boyolali, dan Kota  
Surakarta.



Berdasarkan konsep perancangan tersebut maka dibuat beberapa media promosi, diantaranya logo, *prime media* (media utama) dan *supporting media* (media pendukung). Logo dibuat sebagai identitas yang nantinya akan diaplikasikan pada *prime media* (media utama) dan *supporting media* (media pendukung). perancangan media utama berupa *billboard*, media pendukung berupa iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, brosur, poster, *sign system*, dan seragam karyawan.

## **B. Visualisasi Karya**

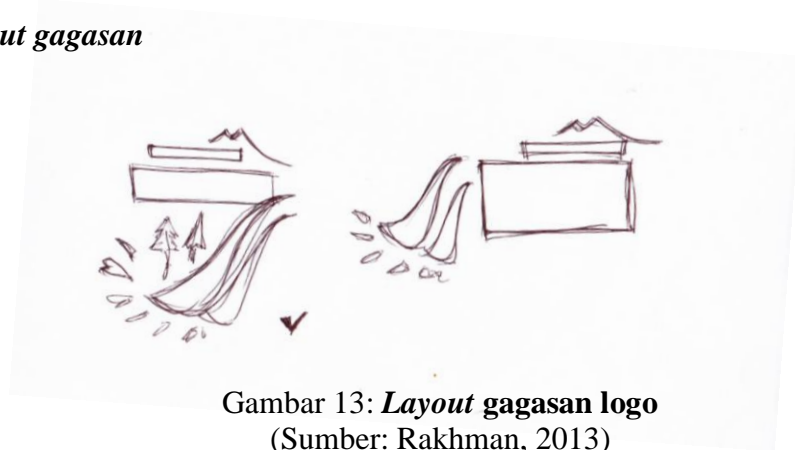
### **1. Logo**

Penggunaan logo pada suatu perusahaan sangatlah lazim digunakan, selain sebagai identitas logo dapat mencerminkan wajah dan watak perusahaan. Logo memiliki peranan yang besar karena dituntut mampu berbicara pada publik bahwa ia adalah representasi atau pencerminan dari perusahaan itu sendiri. Logo juga merupakan bagian dari *marketing tools* yang sangat menentukan dikarenakan logo lah yang pertama kali dilihat oleh konsumen/pengunjung, dalam hal ini logo dapat mewakili penggambaran pada obyek wisata air terjun Jumog. Logo yang dibuat nantinya akan diaplikasikan ke media-media promosi yang dibuat sebagai sebuah identitas. Karena itu pembuatan logo air terjun Jumog harus mampu mewakili setiap unsur yang ada di air terjun Jumog sehingga dengan melihat logo tersebut audiens dapat langsung tahu air terjun yang dimaksud.

Dalam perancangan logo ini menggunakan teori prinsip sematik kombinasi (*collaboration*) yaitu dengan menggabungkan dua bentuk atau lebih yang berbeda

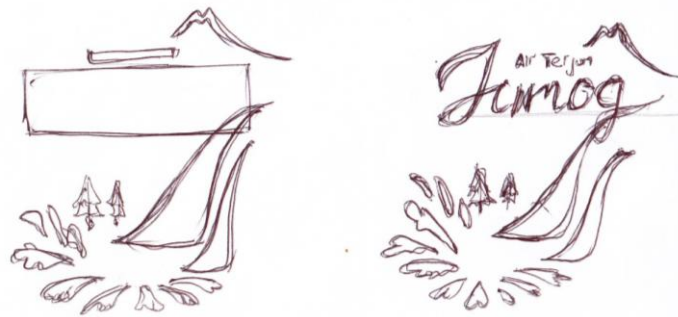
maupun sama. Perancangan logo ini menggunakan tiga jenis pendekatan yaitu *layout* gagasan, *layout* kasar dan *layout* lengkap.

**a. *Layout* gagasan**



Gambar 13: ***Layout* gagasan logo**  
(Sumber: Rakhman, 2013)

**b. *Layout* kasar**



Gambar 14: ***Layout* kasar logo**  
(Sumber: Rakhman, 2013)

**c. *Layout* lengkap**



Gambar 15: ***Layout* lengkap logo**  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 2. Deskripsi logo

Ide pembuatan logo ini diambil dari visualisasi air terjun, dominasi warna biru mewakili sifat air yang bersih. Logo air terjun Jumog menggunakan kombinasi tulisan dan gambar dari stilasi atau penyederhanaan bentuk dari gambar gunung, air terjun, dan pohon cemara. Serta terdapat tulisan “ air terjun Jumog”. Berikut merupakan deskripsi dari logo air terjun Jumog yang dirancang:

### a. Gunung

Gunung yang dimaksud dalam perancangan logo ini adalah gunung Lawu, alasan menghadirkan gambaran gunung Lawu pada desain logo ini karena obyek wisata air terjun Jumog berada pada kaki gunung Lawu yang berada pada wilayah Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur, khususnya pada Kabupaten Karanganyar-Jawa Tengah dan Kabupaten Magetan-Jawa Timur. Penggambaran gunung Lawu pada logo ini menggunakan *outline* dari gunung Lawu tersebut.



Gambar 16: **Gunung Lawu**



Gambar 17: **Stilasi atau penyederhanaan bentuk dari gunung Lawu**

Penggunaan warna biru pada gambar gunung Lawu :

C:95 M:62 Y:0 K:0



b. Air Terjun dan Tulisan Air Terjun Jumog

Air terjun Jumog merupakan gambar yang terpenting pada pembuatan logo ini yang merupakan fokus utama dari penggambaran obyek wisata air terjun Jumog. Penggambaran air terjun pada logo ini digambarkan pada dua buah cabang air terjun yang jatuh dan tampak percikan air yang menyebar kesana kemari. Foto diperoleh menggunakan kamera Fujifilm SL300, ISO 64, ukuran foto 3,25 MB





Gambar 18: **Air terjun Jumog**



Gambar 19: **Stilasi atau penyederhanaan bentuk dari air terjun Jumog**

Penggunaan warna biru pada gambar air terjun:

C:67 M:0 Y:0 K:0	
C:100 M:0 Y:0 K:0	

Tulisan Air Terjun Jumog menggunakan 2 *font* yang berbeda *font* yang digunakan adalah Adobe Garammobd Pro Bold dan Ariston-Extrabold-Italic.

7) *Font* Adobe Garammobd Pro Bold pada tulisan Air Terjun merupakan jenis *font* bentuk Huruf Klasik (*Classical Typeface*)

Huruf yang dikategorikan dalam kelompok *Oldstyle* adalah *Bembo*, *Bauer Text*, *CG Cloister*, *ITC Usherwood*, *Claren-Don*, *Garamond*, *Goudy Oldstyle*, *Palatino* (*Palmspring*), dan sebagainya (Kusrianto, 2007: 202).



Gambar 20: **Contoh huruf Oldstyle**  
(Adi Kusrianto, 2007: 202)

8) *Font* Ariston-Extrabold-Italic pada tulisan JUMOG merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

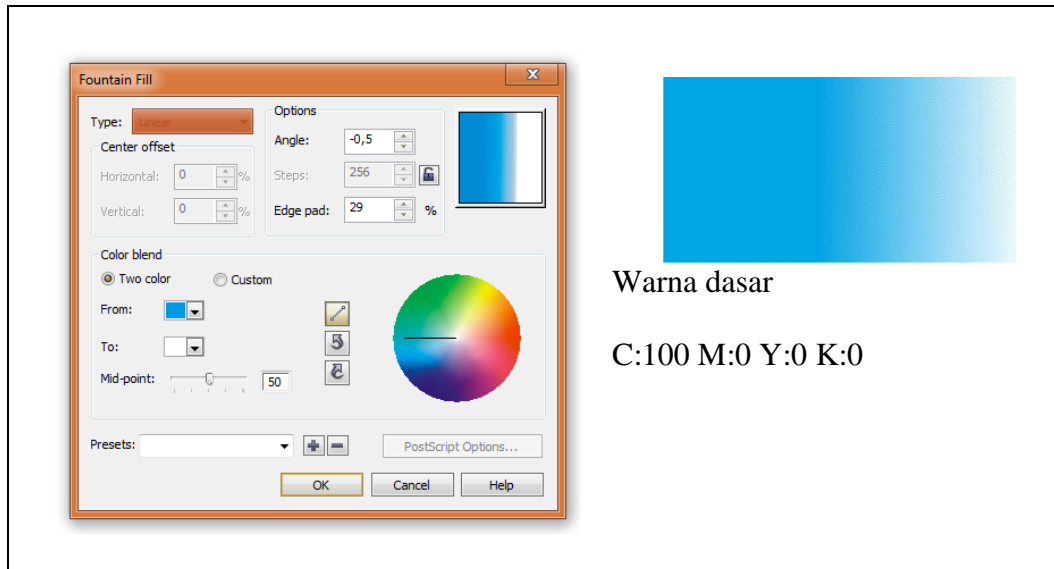


Gambar 21: **Contoh Huruf Tulis (*Script*)**



Gambar 22: **Penambahan kata Air Terjun Jumog pada gambar air terjun**

Penggunakan warna biru pada gambar air terjun:



### c. Pohon

Dalam pembuatan logo ini, pohon cemara tidak luput dari bagian penggambaran visualisasi logo. Pohon cemara merupakan pohon yang mudah ditemukan di gunung Lawu, pohon cemara dalam logo tersebut memperlihatkan kealamian dari air terjun Jumog.





Gambar 23: **Pohon cemara**



Gambar 24: **Penyederhanaan bentuk dari pohon cemara**

Penggunakan warna hijau pada gambar air terjun:

R:10 G:20 B:11	
R:18 G:102 B:18	

### 3. Komposisi Logo

Secara visual bentuk logo yang disusun secara *asimetris*. Logo air terjun Jumog disusun dari beberapa unsur yaitu : gunung Lawu, air terjun Jumog, pohon cemara dan tulisan Air Terjun Jumog yang digabung menjadi satu bagian. Penggabungan tulisan dengan gambar air terjun dimaksudkan agar mempunyai kesatuan (*unity*) dalam warna antara tulisan dan gambar air terjun. Gambar



pendukung yaitu gambar gunung Lawu dan pohon cemara merupakan gambar pelengkap, letak gambar gunung lebih tinggi dari benda lainnya, dan terdapat gambar pohon cemara yang terletak disebelah samping air terjun yang tersusun dengan mengolah garis dan bidang.

### C. Media Promosi

Ada banyak jenis media promosi yang sering digunakan untuk beriklan. Tetapi tidak semua media promosi memiliki tingkat efektifitas penyampaian pesan yang bagus. Karena itu dalam pembuatan media diperlukan media utama (*Prime Media*) dan media pendukung (*Supporting Media*).

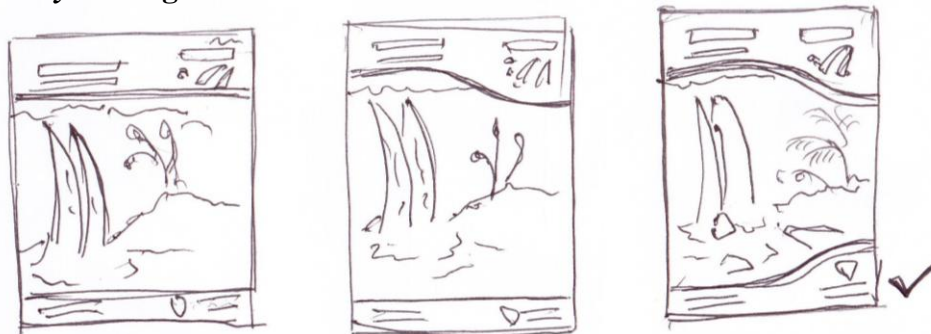
#### 1. Media Utama (*Prime Media*)

Media utama menjadi prioritas dalam hal promosi suatu perusahaan karena dianggap paling tepat/cocok dalam menggapai audiens tertentu. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *billboard*.

##### a. *Billboard*

Perancangan desain *billboard* melalui tiga tahap, yaitu:

#### 1) *Layout Gagasan*



Gambar 25: *Layout gagasan billboard*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 2) *Layout Kasar*



Gambar 26: *Layout kasar billboard*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 27: *Layout lengkap billboard*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama Media : Billboard; Ukuran: 5,5 m x 4 m; Format: *potrait*; Bahan: *vynil*; Keterangan: -

4) Teks :



Logo : Air terjun Jumog

Headline : Kunjungi

Subheadline : Obyek Wisata Keluarga

Closing : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

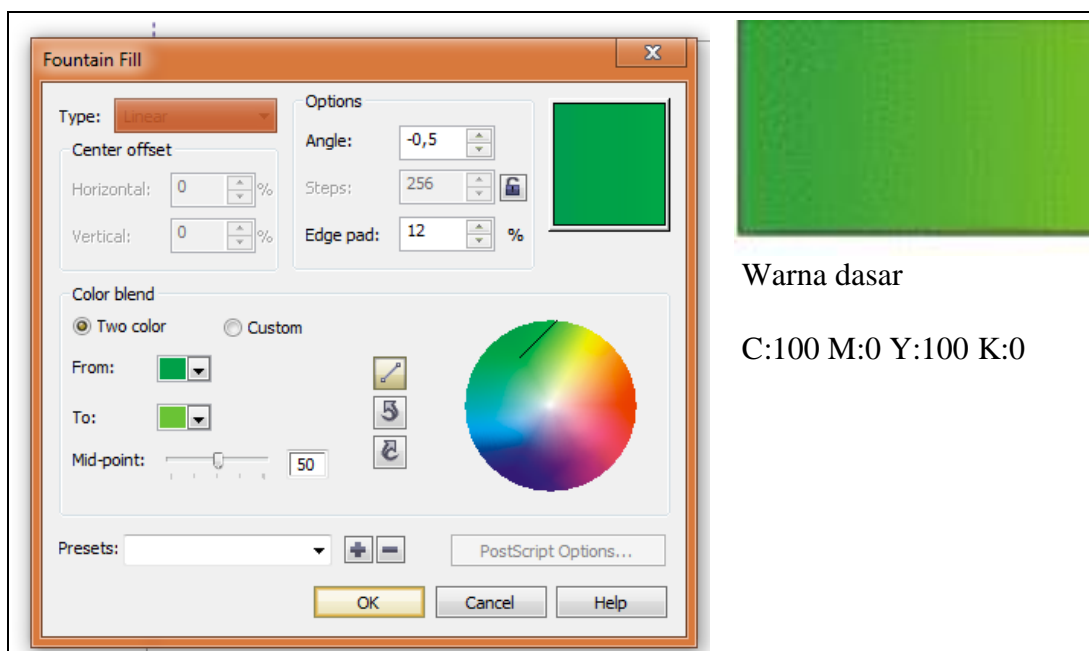
Ilustrasi : Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).

## 5) Ilustrasi

*Billboard* yang dibuat menggunakan ilustrasi air terjun Jumog untuk memunculkan visualisasi obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan warna orange, biru digunakan sebagai pendukung. Pada bagian atas *billboard* terdapat tiga bidang yang berbentuk lengkung dan dua bidang dibagian bawah yang berbentuk lengkung juga, bentuk lengkung ini memiliki arti lemah, lembut, dan keramahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

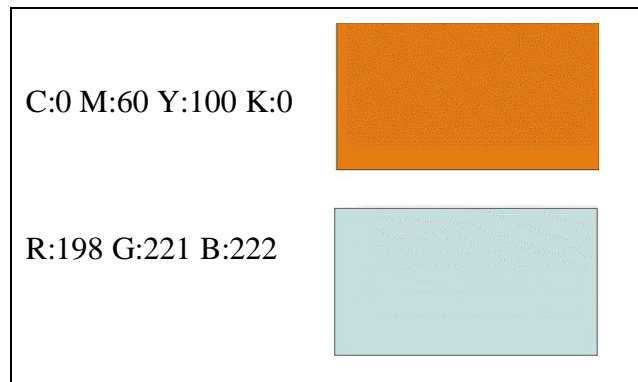
### a) Hijau

Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.



### b) Warna orange dan biru

Warna orange memiliki arti energi, keseimbangan, dan kehangatan dari alam.



### c) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

*Headline & Subheadline* : Kunjungi & Obyek Wisata Keluarga

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, *font* Mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis huruf tulis (*Script*) jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

A B C D E F G H I J K L M  
 N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x y z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ?  
 % & \$ \* ( / )

Gambar 28: Contoh Huruf Tulis (*Script*)

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0

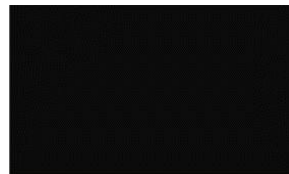


*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

Informasi No.Telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam. Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0



Ilustrasi : Visualisasi foto air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog



Penggunaan *grid* pada media *billboard* berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



Penggunaan *grid* pada bagian atas



Penggunaan *grid* pada bagian bawah

## 6) Komposisi *Billboard*

Komposisi *billboard* berbentuk *asimeris*. Pada bagian atas terdapat bidang dan kata Kunjungi Obyek wisata keluarga dibagian kiri dan logo air terjun Jumog dibagian kanan, sedangkan dibagian bawah kiri terdapat informasi No.Telepon dan alamat *website* serta dibagian kanan terdapat logo Kabupaten Karanganyar. *Centre of interest* pada desain media *billboard* ini pada foto air terjun Jumog yang berada ditengah desain.

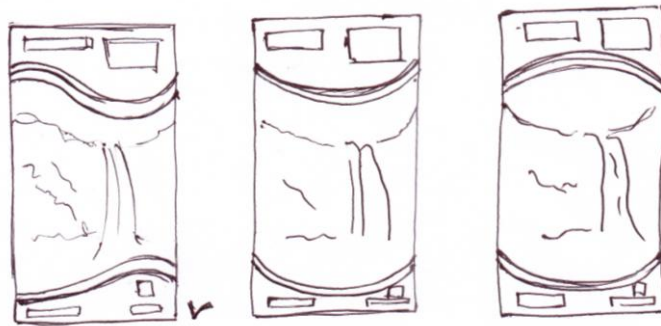
## 2. Media Pendukung

Media pendukung berfungsi sebagai pelengkap media promosi utama yang berupa iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, brosur, poster, *sign system*, seragam karyawan. Berikut perancangan media pendukung :

### a *X-Banner*

Perancangan desain *x-banner* terbagi menjadi dua desain, yaitu sebagai media promosi dan sebagai media penyampaian kata selamat datang, adapun perancangan media *x-banner* sebagai media promosi melalui tiga tahap, yaitu:

#### 1) *Layout Gagasan*



Gambar 29.A: *Layout gagasan x-banner*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

#### 2) *Layout Kasar*



Gambar 30.A: *Layout kasar x-banner*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

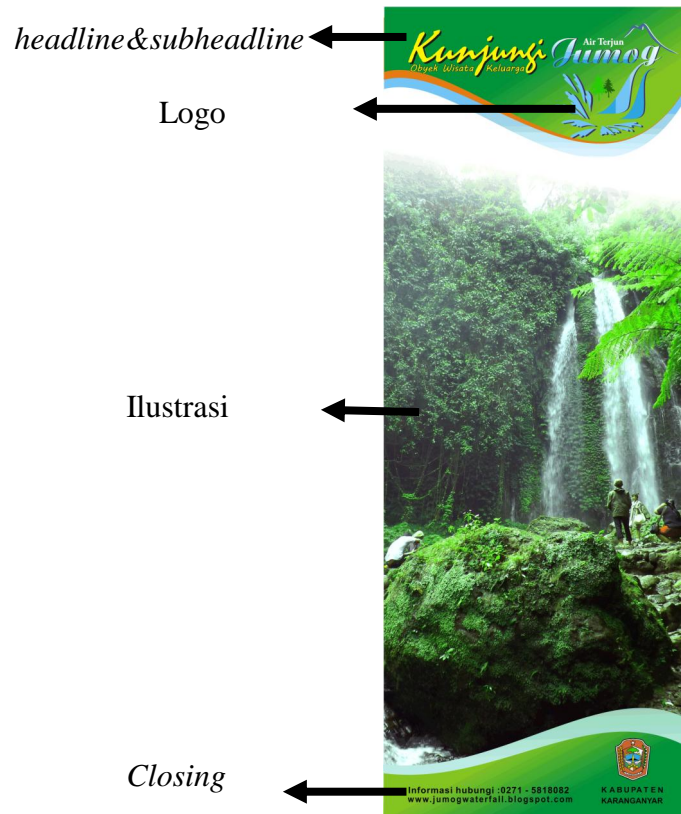


### 3) *Layout Lengkap*



Gambar 31.A: *Layout lengkap x-banner*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama media : *X-Banner*; Ukuran: 160 cm x 60 cm; Format: *Potrait*; Bahan: *vynil*; Keterangan: -



#### 4) Teks :

Logo : Logo Air Terjun Jumog

*Headline & Subheadline* : Kunjungi & Obyek Wisata Keluarga

Ilustrasi : visualisasi foto obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).

*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

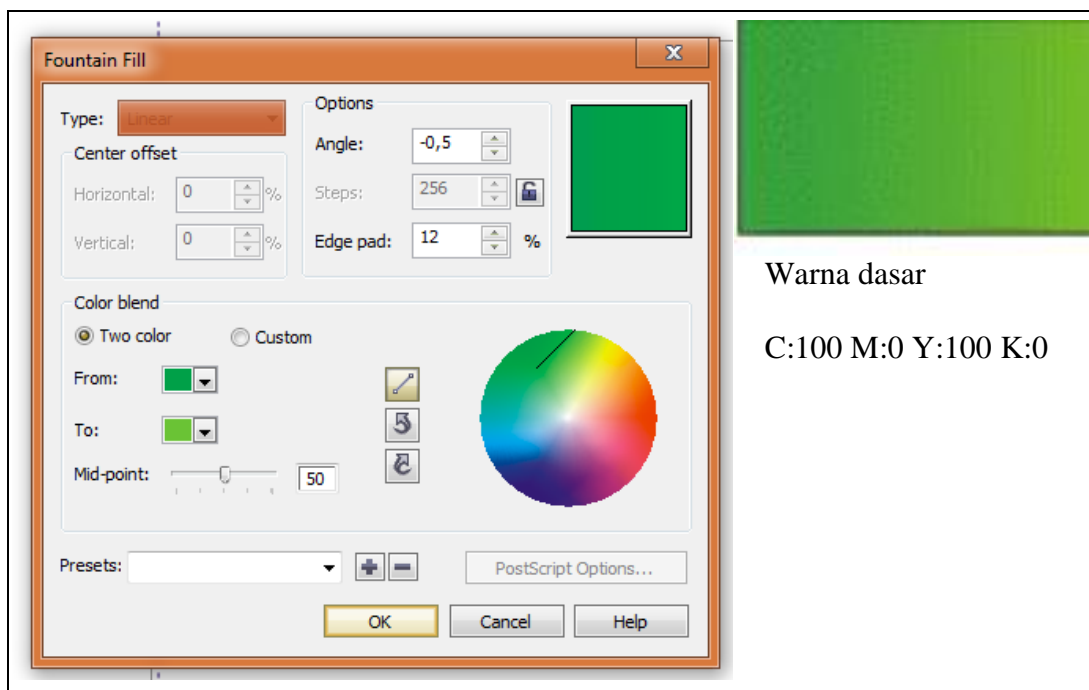
#### 5) Ilustrasi

*X-Banner* yang dibuat menggunakan ilustrasi sebagai visualisasi air terjun Jumog untuk memunculkan image obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan

warna kuning, biru digunakan sebagai pendukung. Pada desain terdapat bentuk lengkung yang memiliki arti lemah, lembut, dan keramah-tamahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

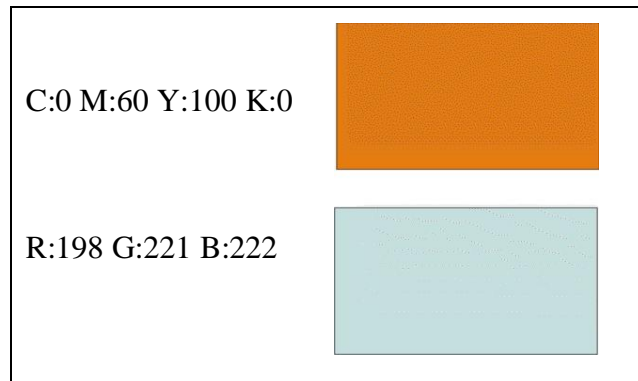
**a) Hijau**

Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.



**b) Warna orange dan biru**

Warna orange memiliki arti energi, keseimbangan, dan kehangatan dari alam.



### c) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

*Headline&Subheadline* : Kunjungi & Obyek Wisata Keluarga

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* MV Boli dan menggunakan warna kuning serta menggunakan *outline* hitam, *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis huruf tulis (*script*) jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

A B C D E F G H I J K L M  
 N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x y z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ?  
 % & \$ \* ( / )

Gambar 32.B: Contoh Huruf Tulis (*Script*)

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0



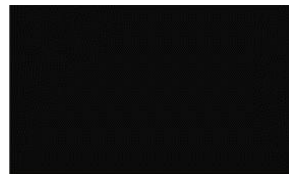
*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

Informasi No.Telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam.

Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0

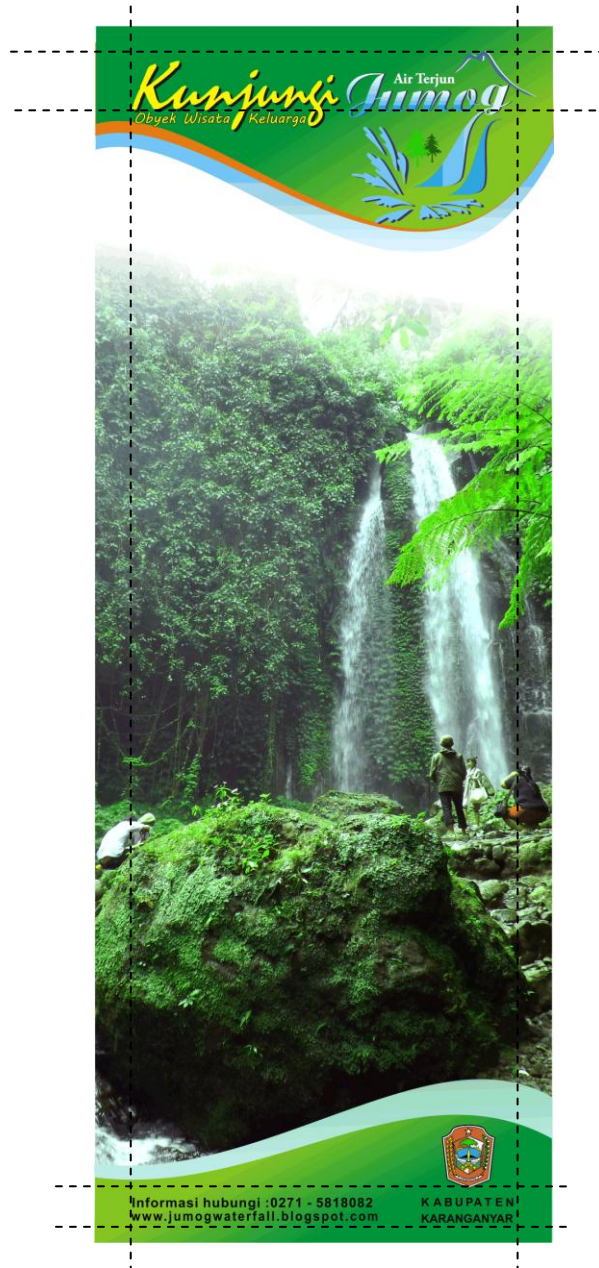


Ilustrasi : visualisasi foto obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog

Penggunaan *grid* pada media *x-banner* berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



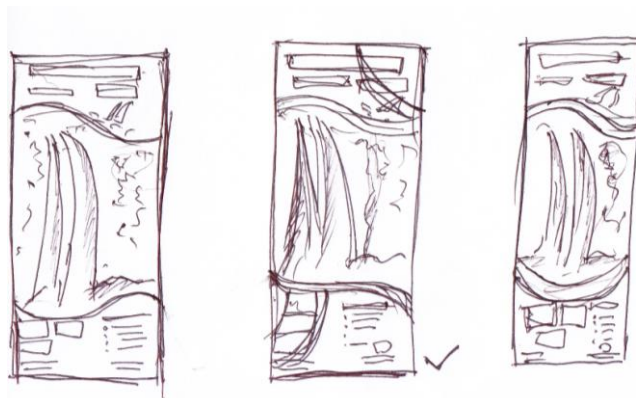
Penggunaan *grid* pada media *x-banner*

## 6) Komposisi X-Banner

Komposisi *x-banner* berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan bentuk bidang tidak sejajar namun tetap meninggalkan keseimbangan tata letak pada desain media. Pada bagian atas terdapat bidang lengkung dan kata Kunjungi Obyek wisata keluarga dan logo Air Terjun Jumog, dibagian tengah terdapat foto air terjun Jumog, sedangkan dibagian bawah terdapat bidang yang berisikan informasi No.Telepon dan alamat *website* serta dibagian kanan terdapat tulisan logo Kabupaten Karanganyar. *Centre of interest* pada desain media *x-banner* ini pada foto air terjun Jumog yang berada ditengah desain.

Perancangan desain *x-banner* sebagai media penyampaian ucapan selamat datang melalui tiga tahap, yaitu:

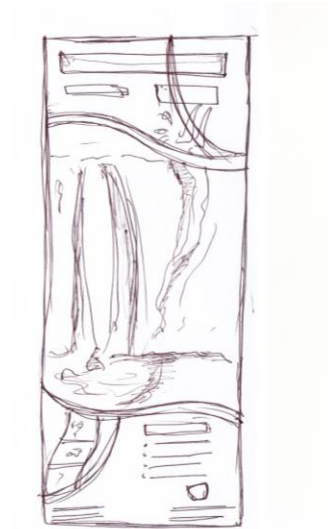
### 1) *Layout* Gagasan



Gambar 29.B: *Layout* gagasan *x-banner*  
(Sumber: Rakhman, 2013)



## 2) *Layout Kasar*



Gambar 30.B: *Layout kasar x-banner*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

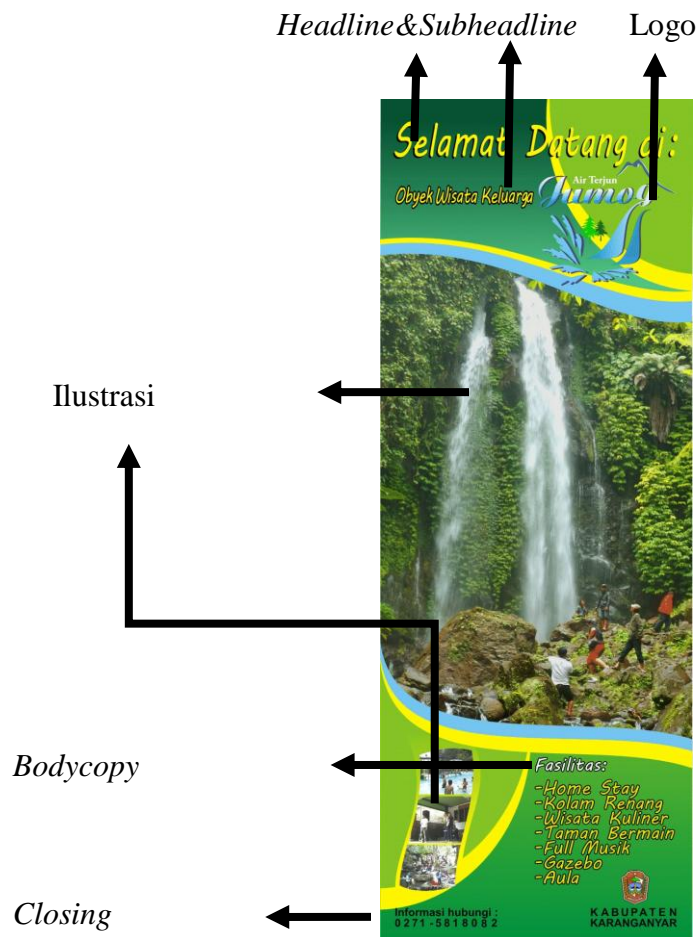
## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 31.B: *Layout lengkap x-banner*  
(Sumber: Rakhman, 2013)



Nama media : *X-Banner*; Ukuran: 160 cm x 60 cm; Format: *Potrait*; Bahan: *vynil*; Keterangan: -



#### 4) Teks :

Logo : Logo Air Terjun Jumog

*Headline&Subheadline* : Selamat Datang di & Obyek Wisata Keluarga

*Bodycopy* : Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

Ilustrasi : Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).

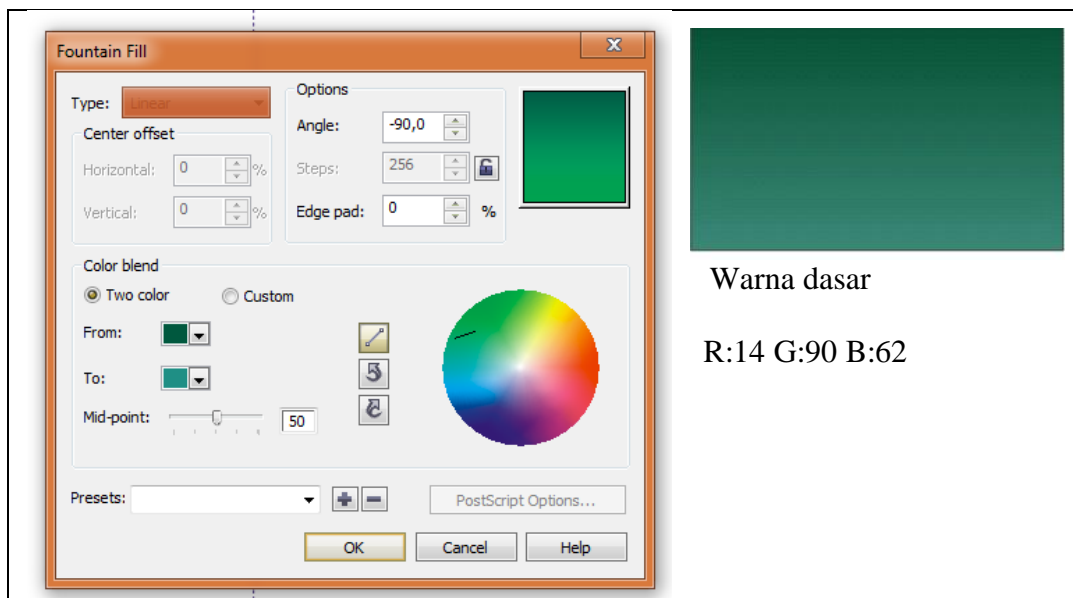
*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

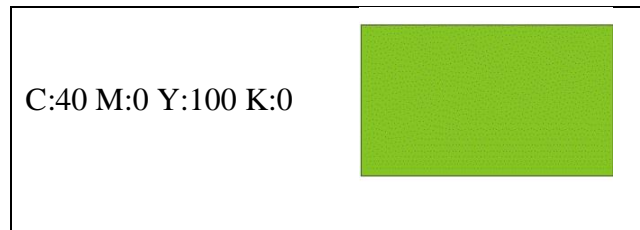
## 5) Ilustrasi

*X-Banner* yang dibuat menggunakan teknik visualisasi yaitu ilustrasi air terjun Jumog untuk memunculkan kesan obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan warna kuning, biru digunakan sebagai pendukung. Pada desain terdapat bentuk lengkung yang memiliki arti lemah, lembut, dan keramah-tamahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

### a) Hijau

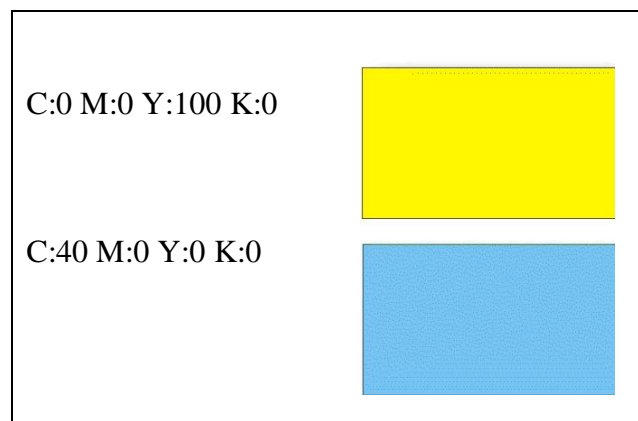
Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.





#### b) Warna kuning dan biru

Warna orange memiliki arti optimis, harapan dan kebersihan.



#### c) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

*Headline&Subheadline* : “ Selamat Datang di &Obyek Wisata Keluarga”

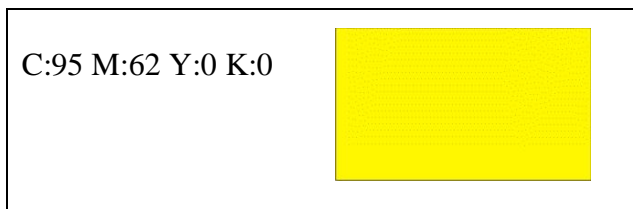
Kata pada kalimat Selamat Datang di Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* MV Boli dan menggunakan warna kuning serta menggunakan *outline* hitam, *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan

(*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.



Gambar 32.B: Contoh Huruf Tulis (*Script*)

Warna *font* yang digunakan :



*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

Informasi No.Telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam.

Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0

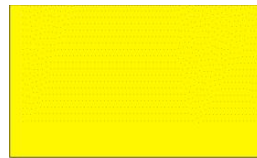


*Bodycopy* : Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

Penulisan pada Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0



*Ilustrasi* : visualisasi obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog

Penggunaan *grid* pada media *x-banner* berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



Penggunaan *grid* pada bagian atas



Penggunaan *grid* pada bagian bawah

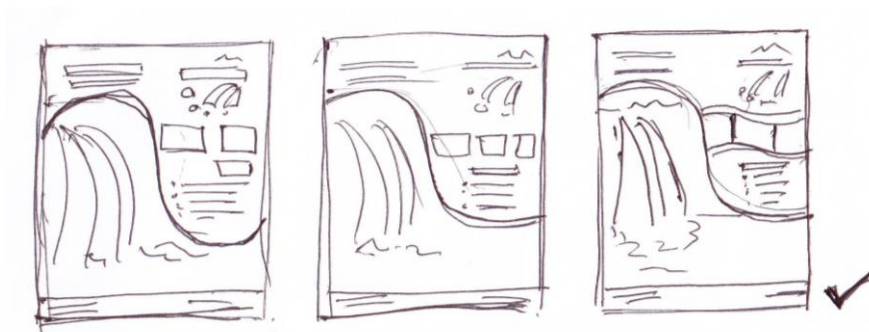
## 6) Komposisi X-Banner

Komposisi *x-banner* berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan bentuk bidang tidak sejajar namun tetap meninggalkan keseimbangan tata letak pada desain media. Pada bagian atas terdapat bidang lengkung dan kata Selamat Datang di Obyek wisata keluarga Air Terjun Jumog tertata pada bagian tengah, sedangkan dibagian bawah kiri terdapat foto fasilitas yang ditawarkan, informasi No.Telepon dan alamat *website* serta dibagian kanan terdapat tulisan yang berisikan fasilitas yang ditawarkan dan logo Kabupaten Karanganyar. *Centre of interest* pada desain media *x-banner* ini pada foto air terjun Jumog yang berada ditengah desain.

### b. Iklan Majalah

Perancangan desain iklan majalah melalui tiga tahap, yaitu:

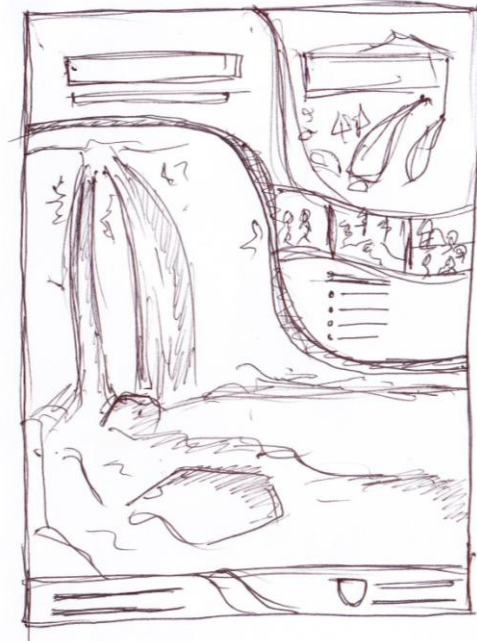
#### 1) *Layout* Gagasan



Gambar 33: *Layout* gagasan iklan majalah  
(Sumber: Rakhman, 2013)

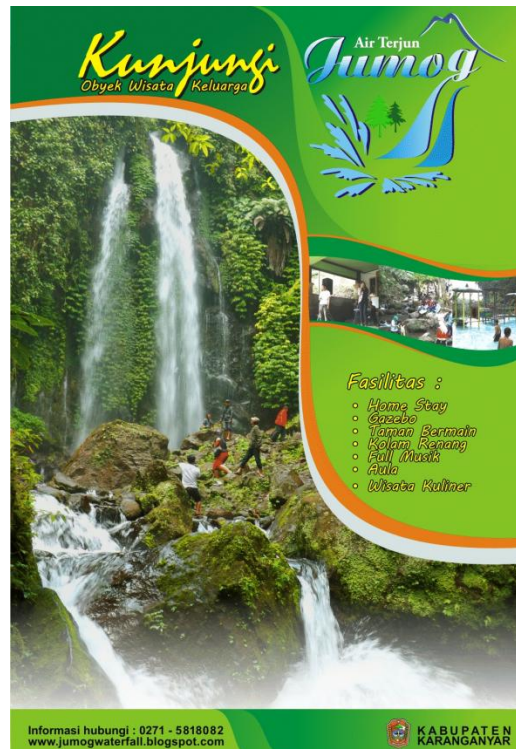


## 2) *Layout Kasar*



Gambar 34: **Layout kasar iklan majalah**  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 35: **Layout lengkap iklan majalah**  
(Sumber: Rakhman, 2013)



Nama media : Iklan Majalah; Ukuran: 21 cm x 29 cm; Format: *Potrait*; Bahan: kertas; Keterangan: -

#### 4) Teks :



Logo : Logo Air Terjun Jumog

Headline&Subheadline : “ Kunjungi Obyek Wisata Keluarga”

Bodycopy : Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula

Ilustrasi : visualisasi obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama) dan foto fasilitas pendukung.

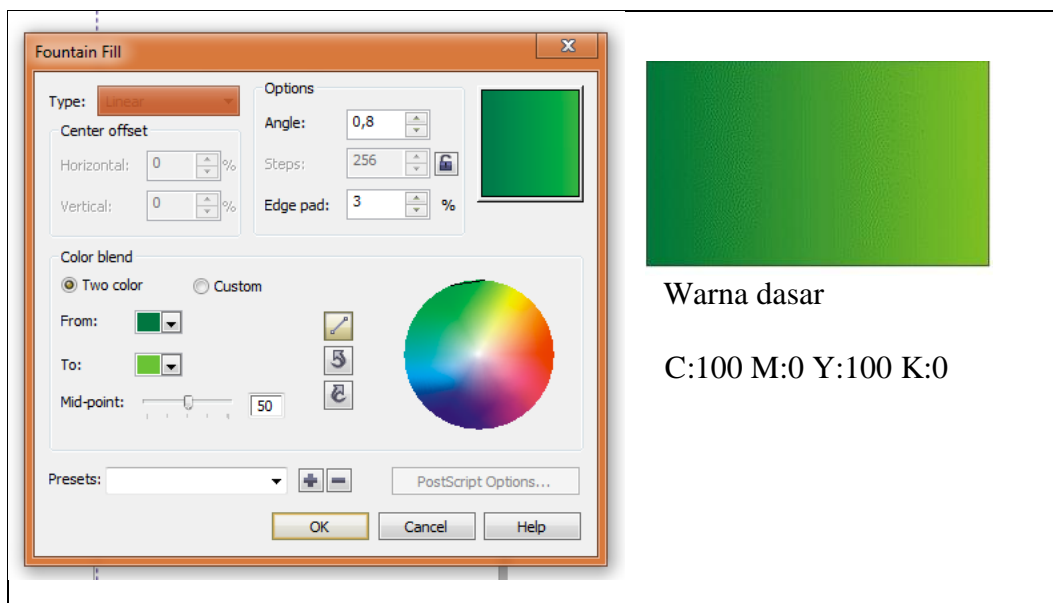
*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

## 5) Ilustrasi

Iklan majalah yang dibuat menggunakan visualisasi air terjun Jumog untuk memunculkan kesan obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan warna orange, biru digunakan sebagai pendukung. Pada desain terdapat bentuk lengkung yang memiliki arti lemah,lembut, dan keramah-tamahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

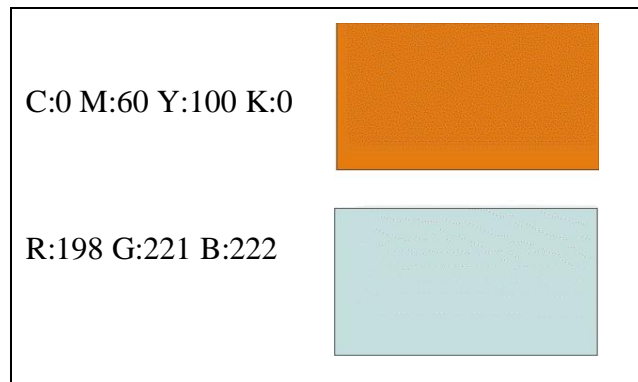
### a) Hijau

Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.



### b) Warna orange dan biru

Warna orange memiliki arti harapan, dan kebersihan.



### c) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

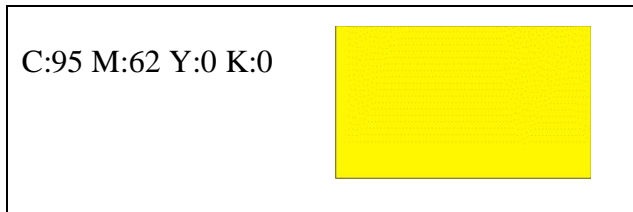
*Headline&Subheadline* : “ Kunjungi &Obyek Wisata Keluarga”

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, font mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

A B C D E F G H I J K L M  
 N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x y z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ?  
 % & \$ \* ( / )

Gambar 36: Contoh Huruf Tulis (*Script*)

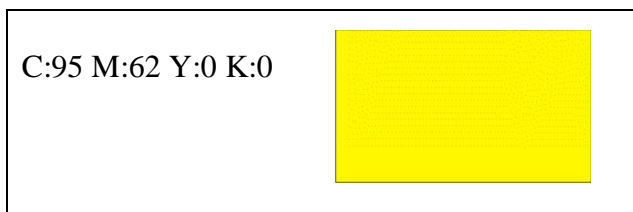
Warna *font* yang digunakan :



*Bodycopy* : Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

Penulisan pada Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

Warna *font* yang digunakan sebagai berikut :

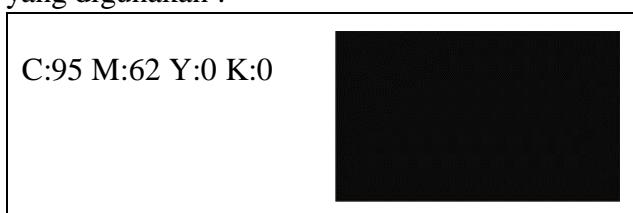


*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

Informasi No.Telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam.

Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :



Ilustrasi : visualisasi foto obyek wisata air Terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog

Penggunaan *grid* pada media iklan majalah berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



Penggunaan *grid* pada bagian atas



Penggunaan *grid* pada bagian bawah

## 6) Komposisi Iklan Majalah

Komposisi iklan majalah berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan bentuk bidang tidak sejajar namun tetap tidak meninggalkan keseimbangan tata letak pada desain media. Pada bagian atas terdapat bidang yang melengkung ke bawah dan terdapat kata Kunjungi Obyek wisata keluarga dibagian kiri dan logo air terjun Jumog dibagian kanan, dan dibagian tengah terdapat tulisan yang berisikan fasilitas yang tersedia di obyek wisata air terjun Jumog, sedangkan dibagian bawah kiri terdapat informasi No.Telepon dan alamat *website* serta dibagian kanan terdapat logo Kabupaten Karanganyar. *centre of interest* pada desain media iklan majalah ini pada foto air terjun Jumog yang berada ditengah desain.

### c. Poster

Perancangan desain poster melalui tiga tahap, yaitu:

#### 1) *Layout Gagasan*



Gambar 37: *Layout gagasan poster*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

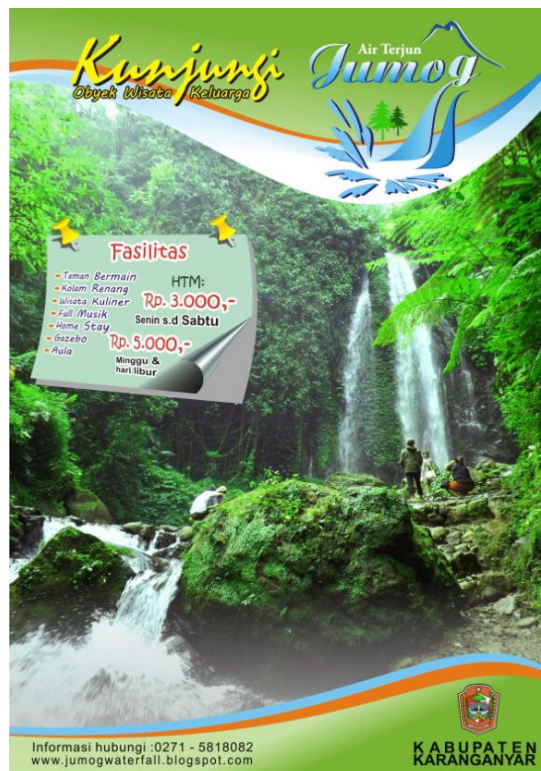


## 2) *Layout Kasar*



Gambar 38: *Layout kasar poster*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 39: *Layout lengkap poster*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama media : Poster; Ukuran: 29,7 cm x 42 cm; Format: *Potrait*; Bahan: *art paper 120gr*; Keterangan: -

#### 4) Teks :



*Logo* : Logo Air Terjun Jumog

*Headline&Subheadline* : Kunjungi &Obyek Wisata Keluarga

*Bodycopy* : Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

HTM (harga tiket masuk) Rp.3000,00- senin s/d sabtu, Rp.5000,00- minggu & hari libur



*Ilustrasi* : visualisasi obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).

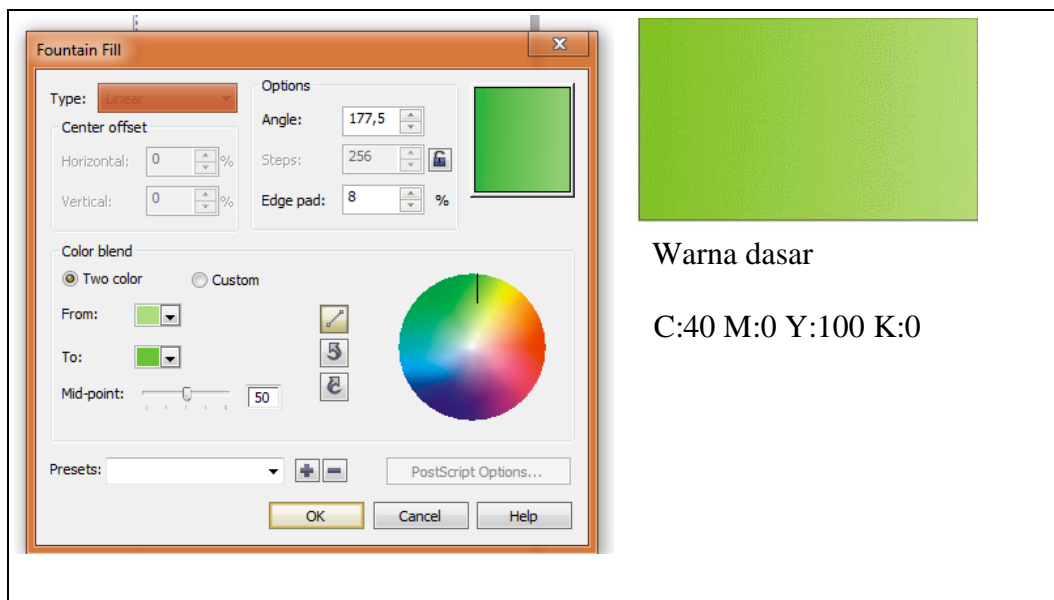
*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

## 5) Ilustrasi

Poster yang dibuat menggunakan ilustrasi air terjun Jumog untuk memunculkan kesan obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan warna orange, biru digunakan sebagai pendukung. Pada desain terdapat bentuk lengkung yang memiliki arti lemah,lembut, dan keramah-tamahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

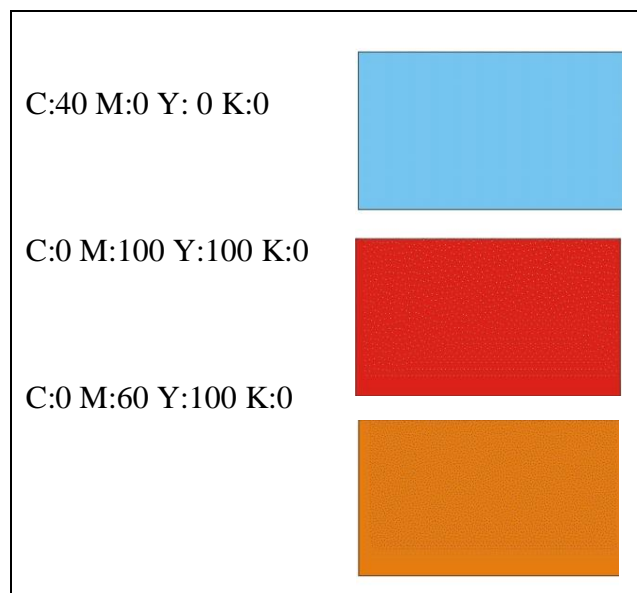
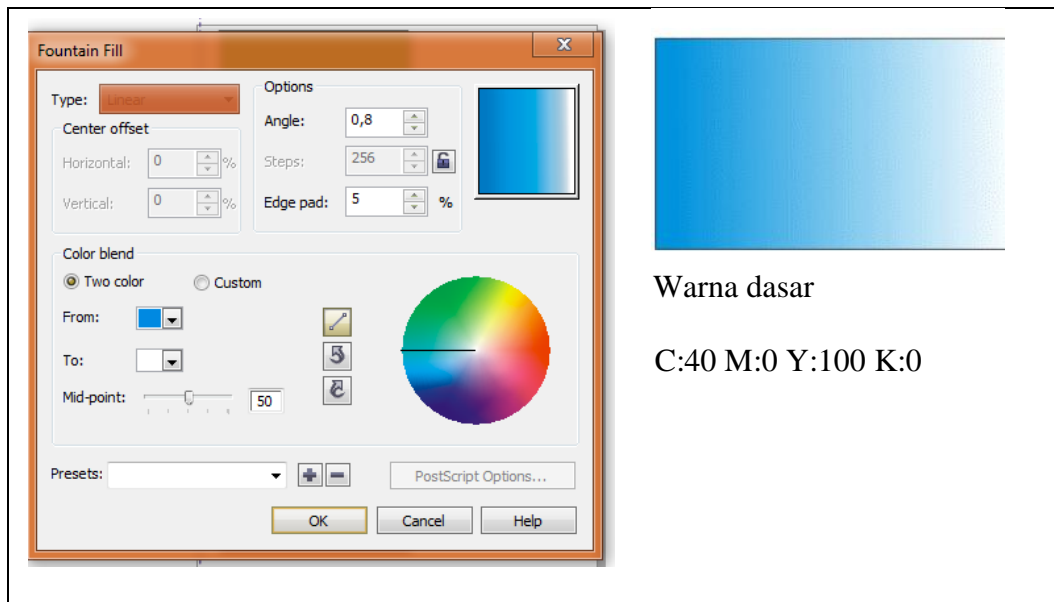
### a) Hijau

Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.



### b) Warna orange, biru dan merah

Warna orange memiliki arti harapan, dan kebersihan.



### c) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

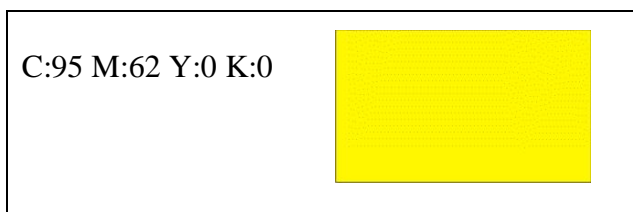
*Headline&Subheadline* : Kunjungi &Obyek Wisata Keluarga

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, *font* Mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.



Gambar 40: **Contoh Huruf Tulis (*Script*)**

Warna *font* yang digunakan :

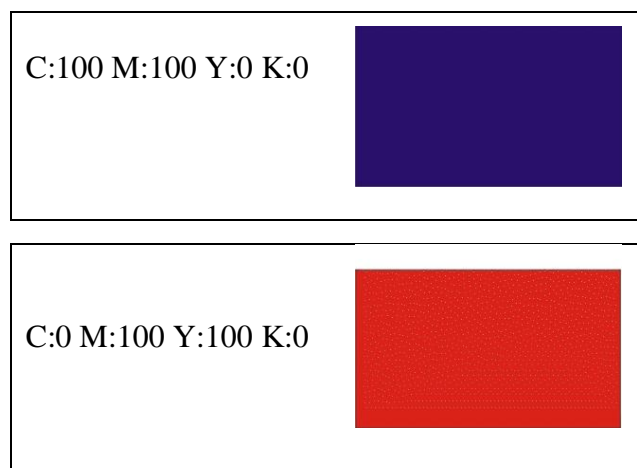


*Bodycopy* : Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

HTM (harga tiket masuk) Rp.3000,00- senin s/d sabtu, Rp.5000,00- minggu & hari libur.

Penulisan pada Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula dan HTM (harga tiket masuk) Rp.3000,00- senin s/d sabtu, Rp.5000,00- minggu & hari libur menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

Warna *font* yang digunakan sebagai berikut :

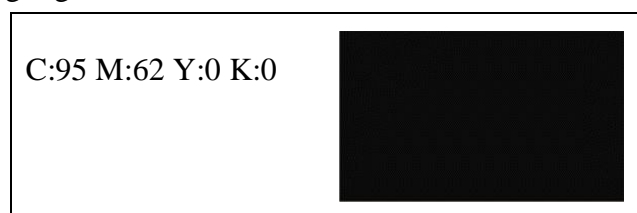


*Closing* : Informasi no.telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

Informasi No.Telepon, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis font Arial dan menggunakan warna hitam.

Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :



Ilustrasi : visualisasi obyek wisata air Terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog

Penggunaan *grid* pada media poster berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



Penggunaan *grid* pada bagian atas



Penggunaan *grid* pada bagian bawah

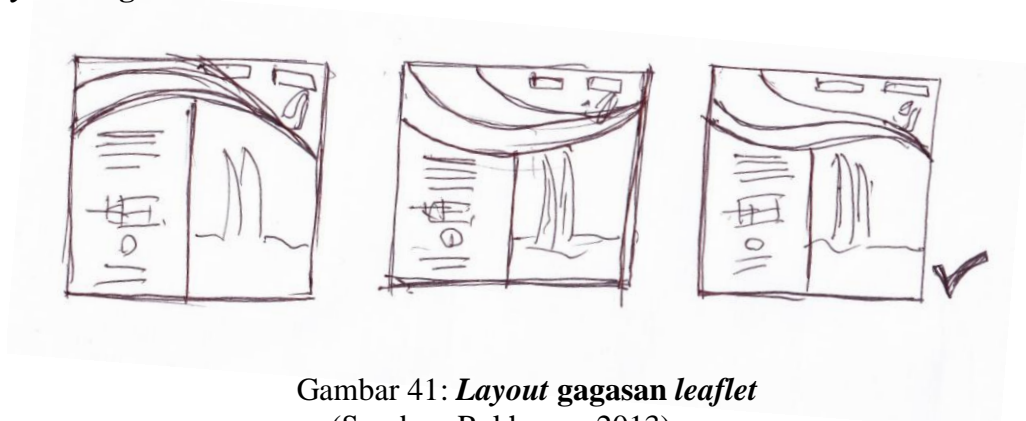
## 6) Komposisi Poster

Komposisi poster berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan bentuk bidang tidak sejajar namun tetap tidak meninggalkan keseimbangan tata letak pada desain media. Pada bagian atas terdapat bidang yang melengkung ke bawah dan terdapat kata Kunjungi Obyek wisata keluarga dibagian kiri dan logo air terjun Jumog dibagian kanan, dan dibagian kiri atas (dibawah tulisan Kunjungi Obyek Wisata Keluarga) terdapat tulisan yang berisikan fasilitas yang tersedia dan HTM (harga tiket masuk) di obyek wisata air terjun Jumog, sedangkan dibagian bawah kiri terdapat informasi No.Telepon dan alamat *website* serta dibagian kanan terdapat logo Kabupaten Karanganyar. *Centre of interest* pada desain media poster ini pada foto air terjun Jumog yang berada ditengah desain.

### d. Leaflet

Perancangan desain *leaflet* melalui tiga tahap, yaitu:

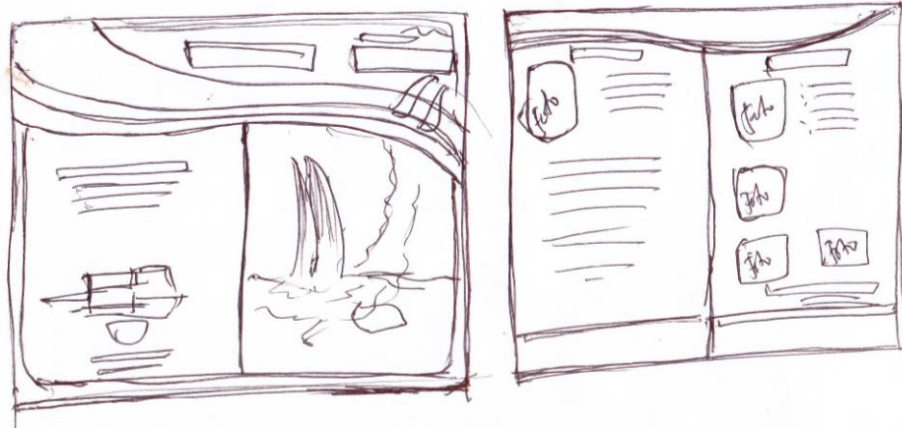
#### 1) *Layout Gagasan*



Gambar 41: *Layout gagasan leaflet*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

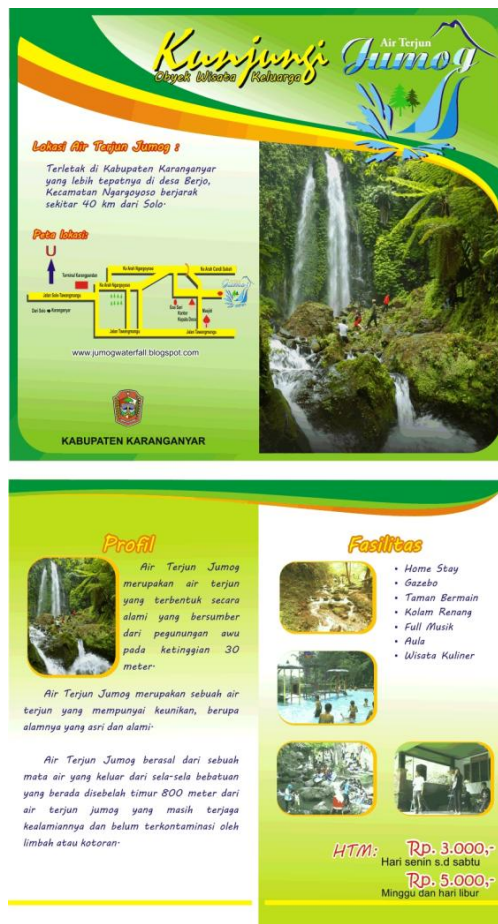


## 2) *Layout Kasar*



Gambar 42: *Layout kasar leaflet*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 43: *Layout lengkap leaflet*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama media : *Leaflet*; Ukuran: 21 cm x 19 cm; Format: *landscape*; Bahan: *art paper 120gr*; Keterangan: -

#### 4) Teks :



Logo : Logo Air Terjun Jumog

Headline&Subheadline : Kunjungi & Obyek Wisata Keluarga



*Bodycopy* :

Lokasi Air Terjun Jumog :

Terletak di Kabupaten Karanganyar yang lebih tepatnya di desa Berjo, kecamatan Ngargoyoso berjarak sekitar 40 KM dari Solo.

Profil :

Air Terjun Jumog merupakan air terjun yang terbentuk secara alami dengan ketinggian 30 meter.

Air Terjun Jumog merupakan sebuah air terjun yang mempunyai keunikan, berupa alamnya yang asri dan alami.

Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yang keluar dari sela-sela bebatuan yang berada disebelah timur 800 meter dari air terjun jumog yang masih terjaga kealamiannya dan belum terkontaminasi oleh limbah atau kotoran.

Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

HTM (harga tiket masuk) Rp.3000,00- senin s/d sabtu, Rp.5000,00- minggu & hari libur

*Ilustrasi* : visualisasi obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama) dan lima gambar pendukung.

*Baseline/closing* : alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

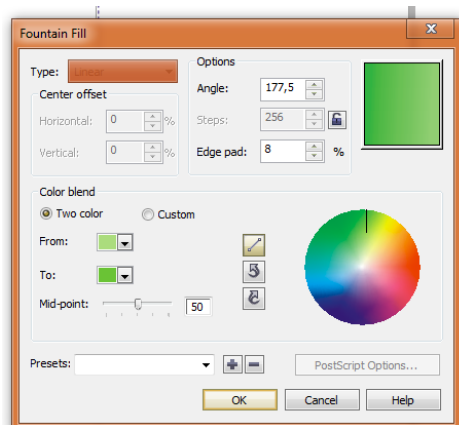
## 5) Ilustrasi

*Leaflet* yang dibuat menggunakan visualisasi air terjun Jumog untuk memunculkan kesan obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan warna orange

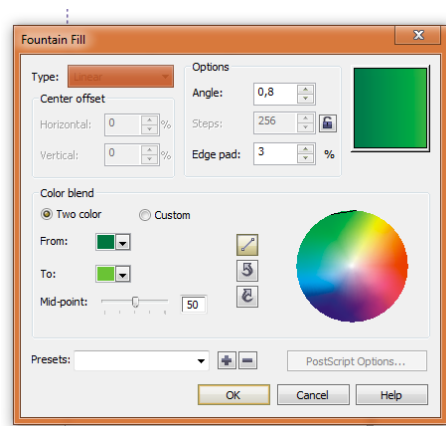
digunakan sebagai pendukung. Pada desain terdapat bentuk lengkung yang memiliki arti lemah, lembut, dan keramah-tamahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

**a) Hijau**

Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.



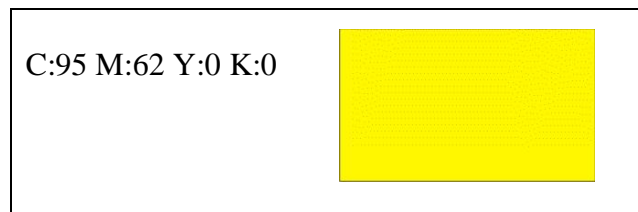
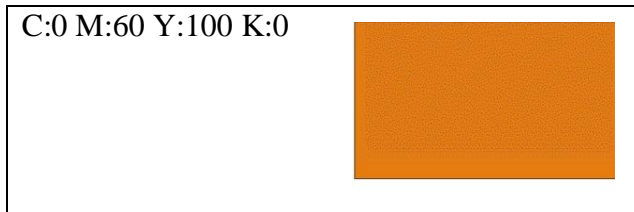
C:100 M:0 Y:100 K:0



C:100 M:0 Y:100 K:0

### b) Warna orange dan kuning

Warna orange memiliki arti optimis, harapan, dan kehangatan.



### c) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

*Headline&Subheadline* : Kunjungi & Obyek Wisata Keluarga

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, font mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklm  
 nopqrstuvwxyz  
 0123456789!?  
 %&\$ \* ( / )

Gambar 44: Contoh Huruf Tulis (*Script*)

Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0



*Bodycopy* :

Lokasi Air Terjun Jumog :

Terletak di Kabupaten Karanganyar yang lebih tepatnya di desa Berjo, kecamatan Ngargoyoso berjarak sekitar 40 KM dari Solo.

Profil :

Air Terjun Jumog merupakan air terjun yang terbentuk secara alami dengan ketinggian 30 meter.

Air Terjun Jumog merupakan sebuah air terjun yang mempunyai keunikan, berupa alamnya yang asri dan alami.

Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yang keluar dari sela-sela bebatuan yang berada disebelah timur 800 meter dari air terjun jumog yang masih terjaga kealamiannya dan belum terkontaminasi oleh limbah atau kotoran.

Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula

HTM (harga tiket masuk) Rp.3000,00- senin s/d sabtu, Rp.5000,00- minggu & hari libur

Penulisan pada Fasilitas :

Lokasi Air Terjun Jumog :

Terletak di Kabupaten Karanganyar yang lebih tepatnya di desa Berjo, kecamatan Ngargoyoso berjarak sekitar 40 KM dari Solo.

Profil :

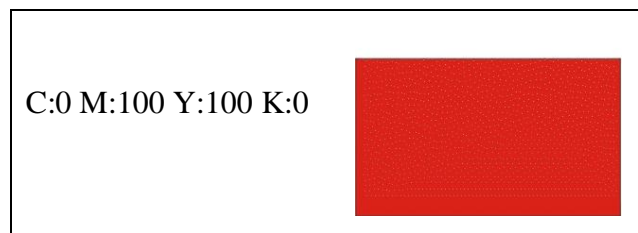
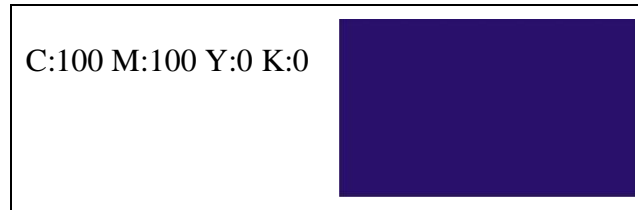
Air Terjun Jumog merupakan air terjun yang terbentuk secara alami dengan ketinggian 30 meter.

Air Terjun Jumog merupakan sebuah air terjun yang mempunyai keunikan, berupa alamnya yang asri dan alami.

Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yang keluar dari sela-sela bebatuan yang berada disebelah timur 800 meter dari air terjun jumog yang masih terjaga kealamiannya dan belum terkontaminasi oleh limbah atau kotoran.

Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula HTM (harga tiket masuk) Rp.3000,00- senin s/d sabtu, Rp.5000,00- minggu & hari libur menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

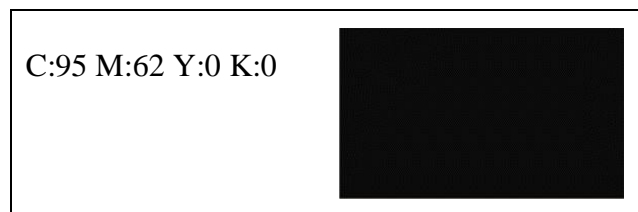
Warna *font* yang digunakan sebagai berikut :



*Closing* : alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar, alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam.

Huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :



Ilustrasi : visualisasi obyek wisata air terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



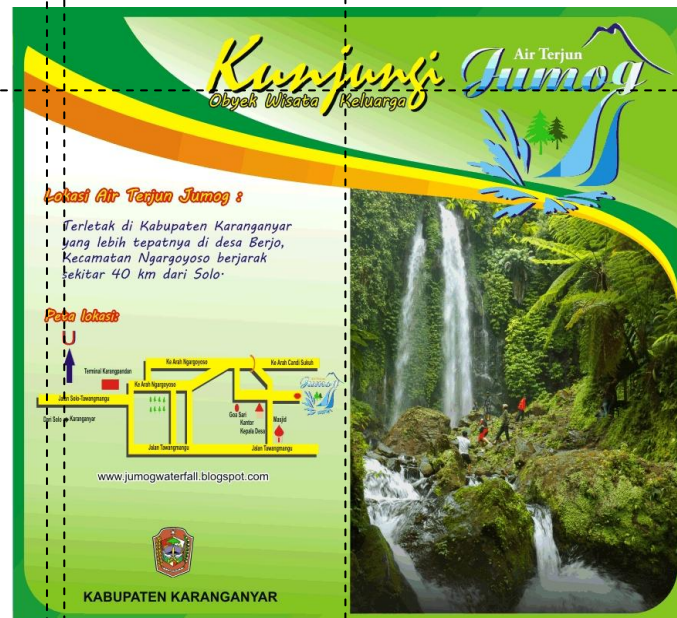
Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog



Gambar 45 : Foto pendukung pada *leaflet*



Penggunaan *grid* pada media *leaflet* berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual





## 6) Komposisi *Leaflet*

Komposisi *leaflet* berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan bentuk bidang tidak sejajar namun tetap tidak meninggalkan keseimbangan tata letak pada desain media. Pada muka depan *leaflet* terdapat bidang yang melengkung ke bawah dan terdapat kata Kunjungi Obyek wisata keluarga dibagian kiri dan logo air terjun Jumog dibagian kanan, “dibawah tulisan Kunjungi Obyek Wisata Keluarga” terdapat tulisan yang berisikan alamat lokasi, peta lokasi, alamat *wibsite*, dan logo kabupaten Karanganyar serta dibagian kanannya terdapat foto utama air terjun Jumog. Pada belakang *leaflet* terdapat uraian profil air terjun Jumog, fasilitas yang ditawarkan dan foto pendukung serta informasi HTM (harga tiket masuk) di obyek wisata air terjun Jumog.

### e. Brosur

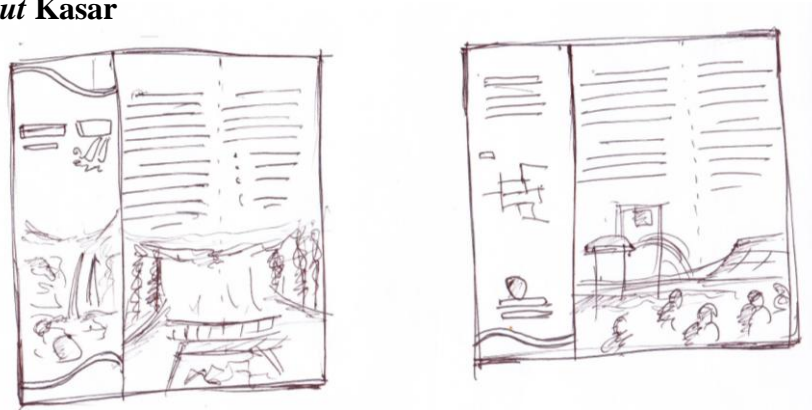
Perancangan desain brosur melalui tiga tahap, yaitu:

#### 1) *Layout* Gagasan



Gambar 46: *Layout* gagasan brosur  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 2) *Layout Kasar*



Gambar 47: *Layout kasar brosur*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

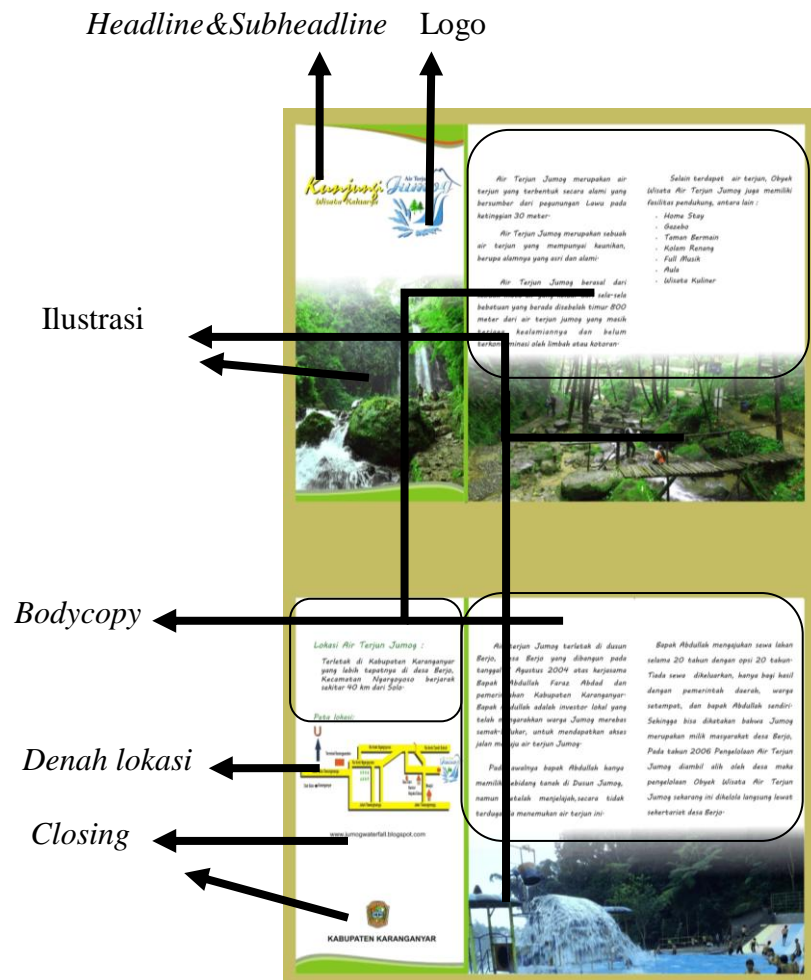
## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 48: *Layout lengkap brosur*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama media : Brosur; Ukuran: 29,7 cm x 21 cm; Format: *landscape*; Bahan: *art paper 120gr*; Keterangan: -

#### 4) Teks :



Logo : Logo Air Terjun Jumog

**Headline&Subheadline** : "Kunjungi Obyek Wisata Keluarga"

**Bodycopy** : Lokasi Air Terjun Jumog :

Terletak di Kabupaten Karanganyar yang lebih tepatnya di desa Berjo, kecamatan

Ngargoyoso berjarak sekitar 40 KM dari Solo.

Profil :

Air Terjun Jumog merupakan air terjun yang terbentuk secara alami dengan ketinggian 30 meter.

Air Terjun Jumog merupakan sebuah air terjun yang mempunyai keunikan, berupa alamnya yang asri dan alami.

Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yang keluar dari sela-sela bebatuan yang berada disebelah timur 800 meter dari air terjun jumog yang masih terjaga kealamiannya dan belum terkontaminasi oleh limbah atau kotoran.

Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

Air terjun Jumog terletak di dusun Berjo, desa Berjo yang dibangun pada tanggal 7 Agustus 2004 atas kerjasama Abdullah Faraz Abdad dan pemerintahan Kabupaten Karanganyar. Abdullah adalah investor lokal yang telah mengarahkan warga Jumog merebas semak-belukar, untuk mendapatkan akses jalan menuju air terjun Jumog.

Pada awalnya Abdullah hanya memiliki sebidang tanah di Dusun Jumog, namun setelah menjelajah, secara tidak terduga dia menemukan air terjun ini.

Abdullah mengajukan sewa lahan selama 20 tahun dengan opsi 20 tahun. Tiada sewa dikeluarkan, hanya bagi hasil dengan pemerintah daerah, warga setempat, dan Abdullah sendiri. Sehingga bisa dikatakan bahwa Jumog merupakan milik masyarakat desa Berjo, Pada tahun 2006 Pengelolaan Air Terjun Jumog diambil alih oleh desa maka pengelolaan Obyek Wisata Air Terjun Jumog sekarang ini dikelola langsung lewat sekretariat desa Berjo.

- Gambar denah lokasi air terjun Jumog

Ilustrasi : visualisasi obyek wisata air terjun jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama) dan dua gambar pendukung.

*Closing* : alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar

## 5) Ilustrasi

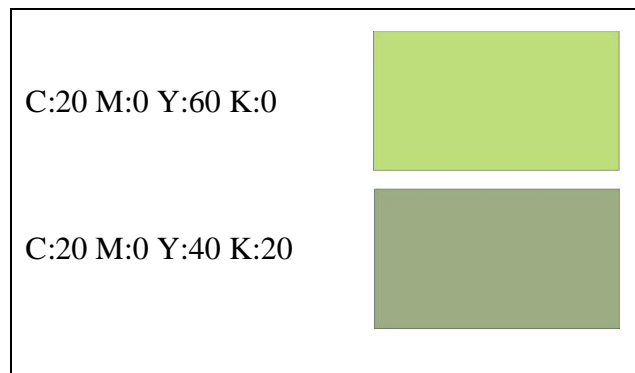
Brosur yang dibuat menggunakan teknik visualisasi yaitu ilustrasi air terjun Jumog untuk memunculkan kesan obyek wisata alam yang berupa air terjun. Sedangkan warna-warna yang digunakan memakai dominasi warna hijau, dan warna orange digunakan sebagai pendukung. Pada desain terdapat bentuk lengkung yang memiliki arti lemah, lembut, dan keramah-tamahan obyek wisata air terjun Jumog dalam melayani pengunjung, berikut warna yang digunakan pada ketiga bidang tersebut :

### a) Hijau

Penggunaan warna hijau memiliki arti alami, kesehatan, pandangan yang enak.

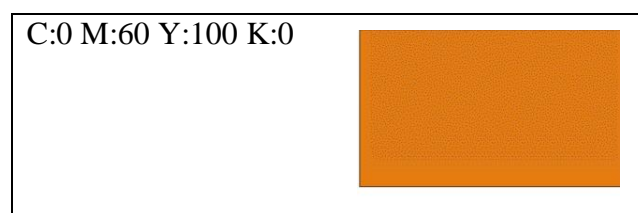
C:40 M:0 Y:100 K:0





#### b) Warna orange

Warna orange memiliki arti optimis, harapan, dan kehangatan.



#### c) Jenis dan Warna *Font*

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

*Headline&Subheadline* : Kunjungi & Obyek Wisata Keluarga

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, *font* Mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.



Gambar 49: **Contoh Huruf Tulis (Script)**

Warna yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0



*Bodycopy* : Lokasi Air Terjun Jumog :

Terletak di Kabupaten Karanganyar yang lebih tepatnya di desa Berjo, kecamatan Ngargoyoso berjarak sekitar 40 KM dari Solo.

Profil :

Air Terjun Jumog merupakan air terjun yang terbentuk secara alami dengan ketinggian 30 meter.

Air Terjun Jumog merupakan sebuah air terjun yang mempunyai keunikan, berupa alamnya yang asri dan alami.

Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yang keluar dari sela-sela bebatuan yang berada disebelah timur 800 meter dari air terjun jumog yang masih terjaga kealamiannya dan belum terkontaminasi oleh limbah atau kotoran.

Fasilitas : home stay, kolam renang, wisata kuliner, taman bermain, full musik, gazebo, aula.

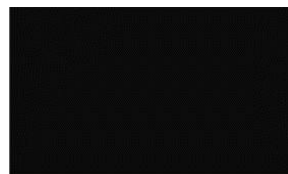
Air terjun Jumog terletak di dusun Berjo, desa Berjo yang dibangun pada tanggal 7 agustus 2004 atas kerjasama Abdullah Faraz Abdad dan pemerintahan Kabupaten Karanganyar. Abdullah adalah investor lokal yang telah mengarahkan warga Jumog merebas semak-belukar, untuk mendapatkan akses jalan menuju air terjun Jumog.

Mulanya Abdullah hanya memiliki sebidang tanah di Dusun Jumog, namun setelah menjelajah, secara tidak terduga dia menemukan air terjun ini.

Abdullah mengajukan sewa lahan selama 20 tahun dengan opsi 20 tahun. Tiada sewa dikeluarkan, hanya bagi hasil dengan pemerintah daerah, warga setempat, dan Abdullah sendiri. Sehingga bisa dikatakan bahwa Jumog merupakan milik masyarakat desa Berjo, pada tahun 2006 pengelolaan air terjun Jumog diambil alih oleh desa maka pengelolaan obyek wisata air terjun Jumog sekarang ini dikelola langsung lewat sekretariat desa Berjo. menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

Warna font yang digunakan sebagai berikut :

C:95 M:62 Y:0 K:0

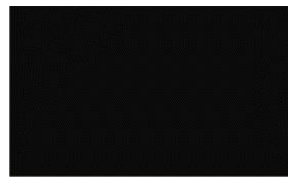




*Closing* : alamat website, dan logo Kabupaten Karanganyar. Alamat *website*, dan logo Kabupaten Karanganyar menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam. Huruf Sans Serif sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

Warna *font* yang digunakan :

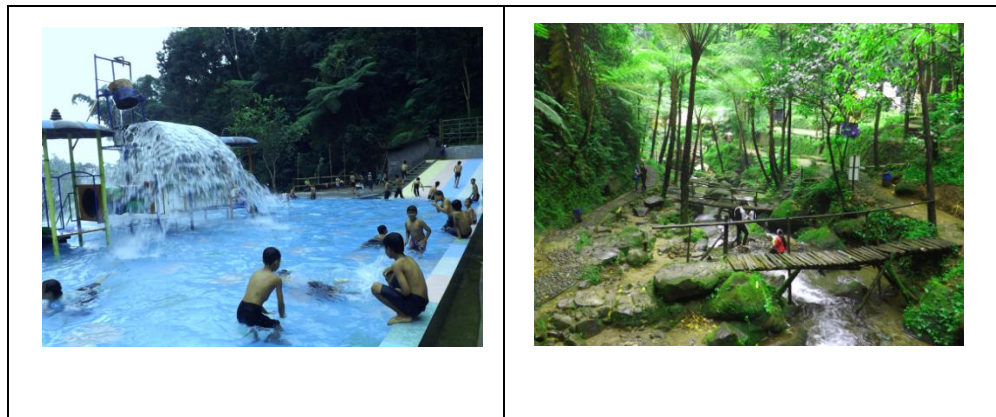
C:95 M:62 Y:0 K:0



Ilustrasi : visualisasi obyek wisata air Terjun Jumog yang merupakan *main visual* (gambar utama).



Foto Obyek Wisata Air Terjun Jumog



Gambar 50: Foto pendukung pada brosur

Penggunaan *grid* pada media brosur bagian muka dan belakang berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



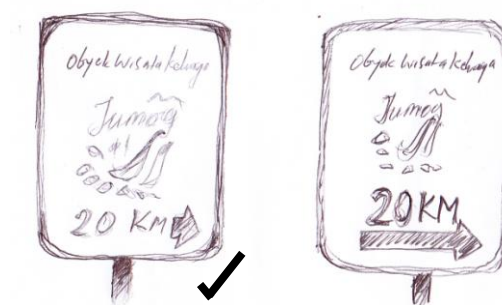
## 6) Komposisi brosur

Komposisi poster berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan bentuk bidang tidak sejajar namun tetap tidak meninggalkan keseimbangan tata letak pada desain media. Bagian pada brosur ini dibagi menjadi tiga bagian, pada muka depan bagian kiri pada brosur terdapat bidang yang melengkung ke bawah dan terdapat kata Kunjungi Obyek wisata keluarga dibagian kiri dan logo air terjun Jumog dibagian kanan, “dibawah tulisan Kunjungi Obyek Wisata Keluarga” terdapat foto obyek wisata air terjun Jumog dan bagian kanannya terdapat uraian profil air terjun Jumog. Pada belakang brosur terdapat uraian profil air terjun Jumog, fasilitas yang ditawarkan dan foto, alamat lokasi, peta lokasi, alamat *wibsite*, dan logo kabupaten Karanganyar serta dibagian kanannya terdapat foto utama air terjun Jumog.

## f. Sign system

Perancangan media pada *sign system* ini membuat dua bentuk varian dengan melalui tiga tahap, yaitu:

### 1) Layout Gagasan



Gambar 51.A : *Layout gagasan sign system*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 2) *Layout Kasar*



Gambar 52.A: *Layout kasar sign system*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

## 3) *Layout Lengkap*



Gambar 53.A: *Layout lengkap sign system*  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Nama media : *sign system*; Ukuran: 50 cm x 60 cm; Format: *Potrait*; Bahan: *art paper 120gr*; Keterangan: -

4) Teks :



Logo : Logo Air Terjun Jumog

Headline : Obyek Wisata Keluarga

Bodycopy : 20 Km

## 5) Ilustrasi

*Sign system* dibuat bertujuan sebagai penunjuk arah. Sedangkan warna yang digunakan memakai dominasi warna kuning dan merah. Pemilihan warna kuning dan merah bertujuan memimbulkan perhatian karena arti warna itu sendiri ‘bahaya atau peringatan’, berikut warna yang digunakan pada media tersebut :

### a) Kuning dan merah

C:95 M:62 Y:0 K:0



C:0 M:100 Y:100 K:0



Penggunaan warna kuning dan merah dalah kekuatan, bertenaga, kehangatan, agresifitas, bahaya optimis, harapan, filosofi.

### b) Jenis dan Warna Font

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

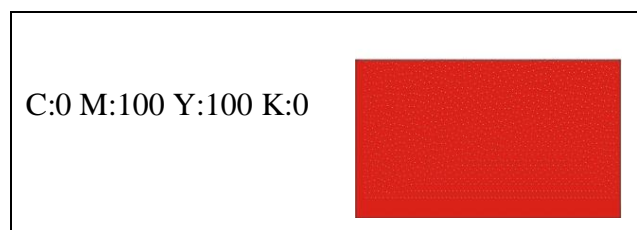
*Headline* : Obyek Wisata Keluarga

Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, *font* Mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*) Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). *Font* ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

A B C D E F G H I J K L M  
 N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x y z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ?  
 % & \$ \* ( / )

Gambar 54.A: **Contoh Huruf Tulis (*Script*)**

Warna *font* yang digunakan :



*Bodycopy* : 20 Km

Penulisan pada 20 Km menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

Warna *font* yang digunakan sebagai berikut :

C:0 M:100 Y:100 K:0



Penggunaan *grid* pada media *sign system* berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



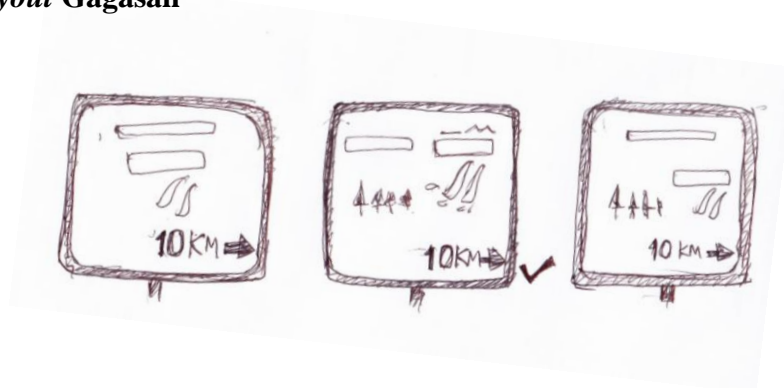


## 6) Komposisi Sign System

Komposisi *sign system* berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan tata letak pada desain media ini tidak sejajar. Pada bagian atas terdapat kalimat Obyek wisata keluarga dibagian tengah terdapat logo yang sedangkan dibagian bawah terdapat informasi jarak.

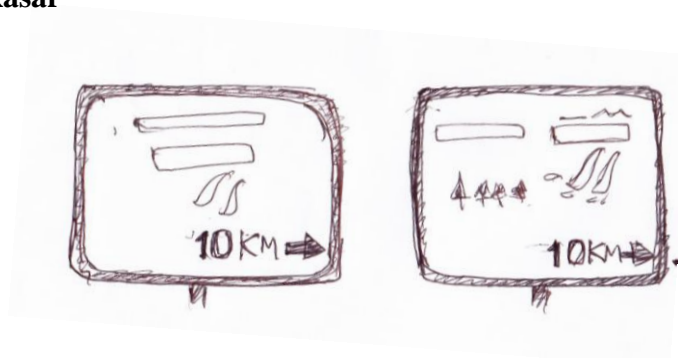
Perancangan desain *sign system* 2 melalui tiga tahap, yaitu:

### 1) Layout Gagasan



Gambar 51.B: *Layout gagasan sign system*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

### 2) Layout Kasar



Gambar 52.B : *Layout kasar sign system*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

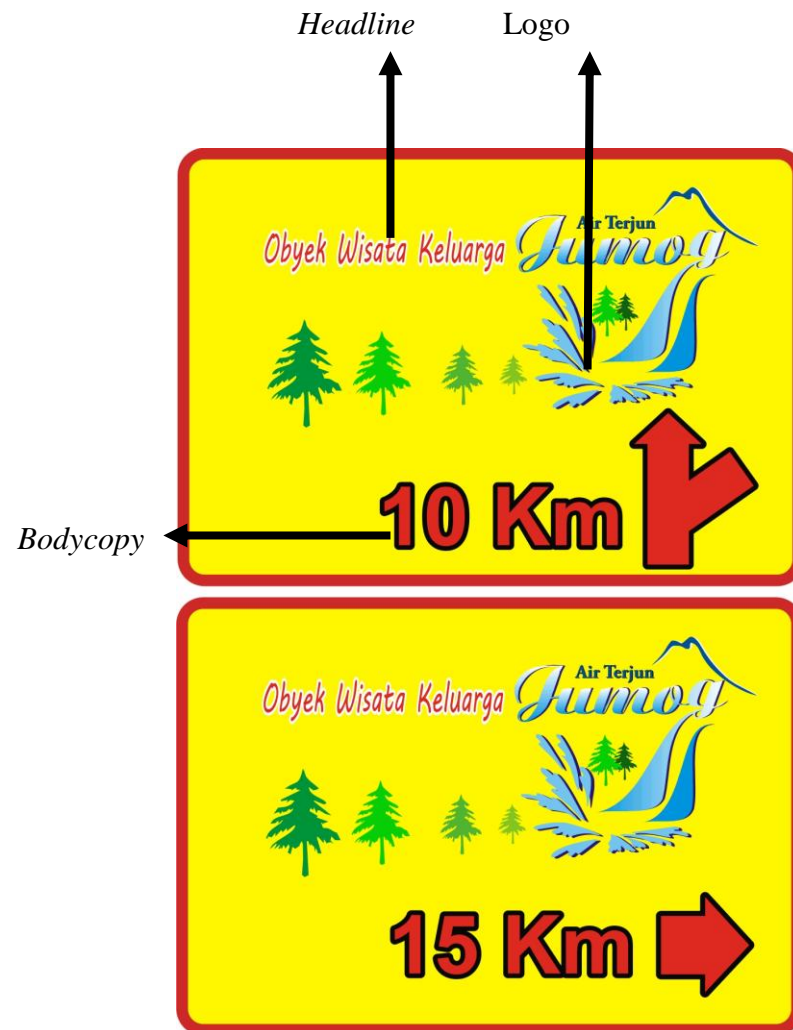
### 3) *Layout Lengkap*



Gambar 53.B : *Layout lengkap sign system*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama media : *sign system*; Ukuran: 59,4 cm x 42 cm; Format: *landscape*; Bahan: *art paper 120gr*; Keterangan: -

#### 4) Teks :



Logo : Logo Air Terjun Jumog

Headline : Obyek Wisata Keluarga

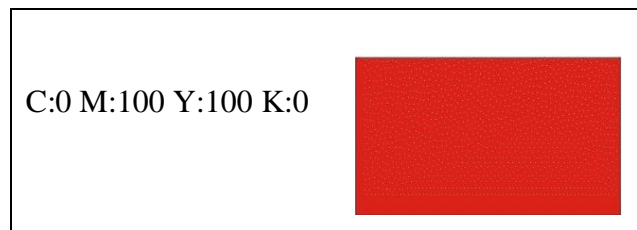
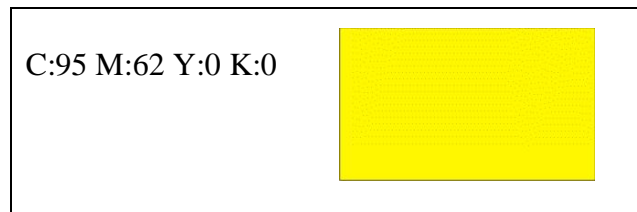
Bodycopy : 10 Km dan 20 Km

#### 5) Ilustrasi

*Sign system* dibuat bertujuan sebagai penunjuk arah. Sedangkan warna yang digunakan memakai dominasi warna kuning dan merah. Pemilihan warna kuning

dan merah bertujuan memimbulkan perhatian karena arti warna itu sendiri ‘bahaya atau peringatan’, berikut warna yang digunakan pada media tersebut :

**a) Kuning dan merah**



Penggunaan warna kuning dan merah dalah kekuatan, bertenaga, kehangatan, agresifitas, bahaya optimis, harapan, filosofi.

**b) Jenis dan Warna Font**

Logo : Logo Air Terjun Jumog

Penjabaran keterangan logo telah dibahas pada deskripsi logo diatas.

*Headline* : “Obyek Wisata Keluarga”

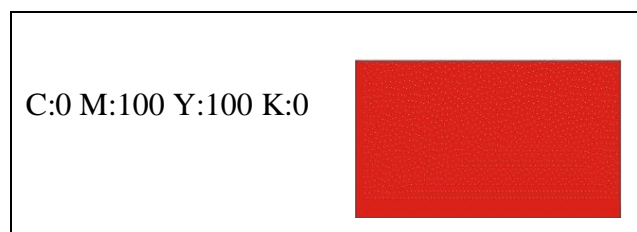
Kata pada kalimat Kunjungi Obyek Wisata Air Terjun Jumog menggunakan *font* Mistral dan menggunakan warna kuning menggunakan *outline* hitam, *font* Mistral tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis

(*Script*) Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*). Font ini cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa sosial.

A B C D E F G H I J K L M  
 N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m  
 n o p q r s t u v w x y z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ?  
 % & \$ \* ( / )

Gambar 54.B: Contoh Huruf Tulis (*Script*)

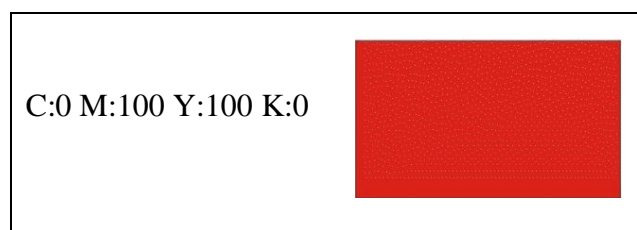
Warna *font* yang digunakan :



*Bodycopy* : 10 Km dan 15 Km

Penulisan pada 20 Km menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

Warna *font* yang digunakan sebagai berikut :



Penggunaan grid pada media *sign system* berfungsi merapikan tata letak dari elemen visual



#### 6) Komposisi *Sign System*

Komposisi *sign system* berbentuk *asimeris*, dikatakan *asimetris* karena penggunaan tata letak pada desain media ini tidak sejajar. Pada bagian atas terdapat kalimat Obyek wisata keluarga dibagian tengah terdapat logo, sedangkan dibagian bawah terdapat *headline* dan informasi jarak.

### g. Seragam karyawan

Khusus seragam karyawan diperlukan perancangan karena karyawan obyek wisata air terjun Jumog belum memiliki seragam yang formal, maksud dari perancangan seragam karyawan ini bertujuan agar mengoptimalkan kinerja karyawan dan pengunjung lebih mudah untuk mengenali karyawan di obyek wisata air terjun Jumog. Perancangan desain seragam karyawan melalui tiga tahap, yaitu:

#### 1) *Layout Gagasan*



Gambar 55 : *Layout gagasan seragam karyawan*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

#### 2) *Layout Kasar*



Gambar 56 : *Layout kasar seragam karyawan*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

### 3) *Layout Lengkap*



Gambar 57: *Layout lengkap seragam karyawan*  
(Sumber: Rakhman, 2013)

Nama media : seragam karyawan; Ukuran: L; Bahan : kain; Keterangan: -

### 4) *Ilustrasi*

Seragam Karyawan dibuat bertujuan sebagai mengoptimalkan kinerja karyawan dan pengunjung lebih mudah untuk mengenali karyawan di obyek wisata air terjun Jumog. Sedangkan warna yang digunakan memakai warna biru, kuning dan merah. Pemilihan warna kuning dan merah bertujuan menimbulkan perhatian karena arti warna itu sendiri ‘bahaya atau perhatian’ yang dapat dengan mudah terlihat, berikut warna yang digunakan pada media tersebut :



**a) Kuning, merah dan biru**



C:95 M:62 Y:0 K:0



C:0 M:100 Y:100 K:0



C:92 M:33 Y:0 K:0

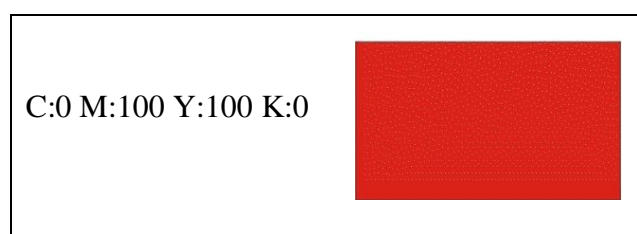
Penggunaan warna biru, kuning dan merah adalah kepercayaan, keamanan, kebersihan, harapan, kekuatan, bertenaga, kehangatan, cinta.

**b) Jenis dan Warna Font**

Penulisan CREW pada belakang seragam menggunakan jenis *font* Arial dan menggunakan warna hitam.

*Font* Arial termasuk dalam huruf *sans serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

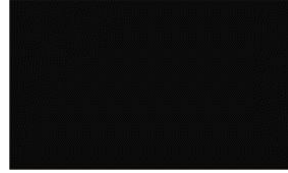
Warna *font* yang digunakan sebagai berikut :



Penulisan pada Obyek Wisata Air Terjun Jumog Karanganyar-Jawa Tengah menggunakan jenis *font* MV Boli tergolong pada jenis *font* Ariston-Extrabold-Italic merupakan jenis Huruf Tulis (*Script*).

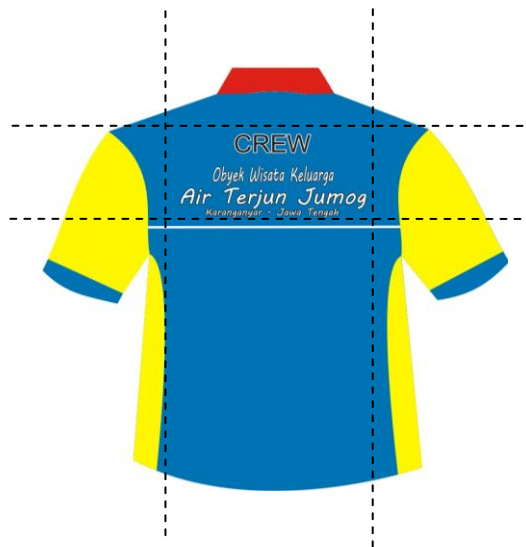
Warna *font* yang digunakan :

C:95 M:62 Y:0 K:0



Tata letak tulisan pada belakang seragam karyawan menggunakan rata tengah.

Penggunaan *grid* bertujuan agar menjaga konsistensi.



##### 5) Komposisi seragam karyawan

Penggunaan tata letak bagian pada seragam kiri dan kanan desain ini sejajar dan tulisan pada bagian belakang seragam karyawan ini menggunakan rata tengah yang berada di tengah atas.

## **BAB IV PENUTUP**

### **D. Kesimpulan**

Dari hasil perancangan media promosi air terjun Jumog yang telah di buat maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Perancangan media promosi yang berjudul air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual ini bertujuan untuk menghasilkan media promosi yang efektif, efisien, serta komunikatif yaitu dengan mengutamakan visualisasi yang berupa foto atau gambar pemandangan obyek wisata air terjun Jumog ke dalam setiap media promosi dengan penggunaan garis lengkung dan warna hijau sebagai ide yang memiliki arti keramah tamahan dan kealamian obyek wisata air terjun Jumog. Target audiens perancangan media promosi ini adalah keluarga, jangkauan promosi yang akan disebar dikonsentrasikan di kabupaten Karanganyar dan daerah sekitarnya, seperti : Sukoharjo, Solo, Sragen, Boyolali dan Wonogiri serta masyarakat umum di seluruh wilayah Indonesia, sehingga tercipta keefektifan dan efisiensi biaya untuk media promosi yang akan digunakan.
2. Hasil dari perancangan media promosi berupa perancangan logo yang diterapkan dalam media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media promosi utama (*prime media*) yang dihasilkan adalah *billboard*, dan media pendukung (*supporting media*) berupa iklan majalah, *x-banner*, *leaflet*, brosur, poster, *sign system*, dan seragam karyawan.dari perancangan media promosi berupa media utama (*prime media*)

3. dan media pendukung (*supporting media*). Semua media yang buat menggunakan pendekatan teori-teori yang ada dengan maksud agar menciptakan media promosi yang efisien, efektif, serta komunikatif. Komposisi desain dibuat *asimetris* dan *simetris* agar terlihat menarik dan bervariasi.
4. Teknik perancangan desain menggunakan perangkat manual seperti pensil dan bolpoin, Selain itu juga menggunakan perangkat komputer diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa komputer, *digital camera* dan *scanner*, serta *software* (perangkat lunak) berupa program grafis *Adobe Photoshop CS5*, *Corel Draw X4* dan *software Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem *digital printing*.

#### **E. Saran**

Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi yang berjudul air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual dapat dijadikan sebagai alat media promosi yang baik dan mudah dimengerti kemudian diharapkan penyebaran media promosi ini tersebar luas sehingga dapat menarik wisatawan untuk lebih banyak berkunjung. Kedepan obyek wisata air terjun Jumog diharapkan dapat memperbarui akses jalan dan menambah fasilitasnya. Bagi pembaca diharapkan dengan adanya perancangan media promosi yang berjudul air terjun Jumog sebagai ide penciptaan media promosi visual ini dapat dijadikan referensi maupun sarana pembelajaran yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Djogosarkoro, Soekro. 1985. *Ikhtisar Sejarah Kabupaten Karanganyar*.  
Karanganyar : Pemerintah Kabupaten Karanganyar Daerah Tingkat II.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta :  
ANDI
- Masri, Andry. 2010. *Strategi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra
- Musfiqon. 2012. *Pengembangan Media dan Sumber Pembelajaran*. Jakarta :  
PT. Prestasi Pustakaraya
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*.  
Yogyakarta : ANDI
- Susanto, Mikke. 2012. *Diksi Rupa*. Yogyakarta : DictiArt Lab,  
Yogyakarta&Jagad Art Space, Bali
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*.  
Yogyakarta : Andi Offset

### Website :

- [http:// Karanganyar.go.id](http://Karanganyar.go.id)
- <http://webtechniques.com/archives/2000/09/sesi/>
- <http://maydamutiara.com/2012/01/manfaat-fungsi-pakaian-seragam-kerja.html>

**Hasil wawancara dengan Bapak Pardi selaku pemimpin pengelola air terjun Jumog pada tanggal 26 Mei 2013 pada jam 10.24 WIB yang berlangsung selama 47 menit 50 detik.**

Peneliti	Kapan obyek wisata air terjun Jumog ini terbentuk pak ?
Pak Pardi	Dibangun pada tanggal 7 Agustus 2004 atas kerjasama Bapak Abdullah Faraz Abdad dan pemerintahan Kabupaten Karanganyar. Bapak Abdullah adalah investor lokal yang telah mengarahkan warga Jumog merebas semak-belukar.
Peneliti	Tolong ceritakan proses awal terbentuknya ?
Pak Pardi	<p>Pada awalnya bapak Abdullah hanya memiliki sebidang tanah di Dusun Jumog, namun setelah menjelajah, secara tidak terduga dia menemukan air terjun ini. Kemudian dia mengajukan sewa lahan selama 20 tahun dengan opsi 20 tahun. Tidak ada sewa yang terjadi, hanya bagi hasil dengan pemerintah daerah, warga setempat, dan bapak Abdullah sendiri. Sehingga bisa dikatakan bahwa Jumog merupakan milik masyarakat Desa Berjo, kabupaten Karanganyar dan investor. Pengerjaannya hanya memakan waktu lima jam setelah terjadi kesepakatan dengan pejabat desa.</p> <p>Pada Tahun 2006 Pengelolaan Air Terjun JUMOG diambil alih oleh Desa karena suatu hal.</p> <p>Untuk Pengelolaannya dikelola langsung lewat sekretariat Desa Berjo. Hal ini berjalan selama 2 Tahun hingga Tahun 2008 awal.</p>
Peneliti	Bisa bapak jelaskan tentang air terjun ini ?
Pak Pardi	<p>Aliran air terjun Jumog memiliki tiga cabang, yaitu Klueng, Kusumajati dan Jubleg. Air murni yang berasal dari sumber mata air sepanjang tahun.</p> <p>Sebuah air terjun yang mempunyai keunikan tersendiri, berupa alamnya yang asri dan alami. Air terjun dengan ketinggian 30 m yang terbelah menjadi 2 ( Air Terjun Kembar ) dan berada pd ketinggian 1000m dpa. Air Terjun Jumog berasal dari sebuah mata air yg keluar dari sela-sela bebatuan yg berada di sebelah timur +/- 800m dari Air Terjun JUMOG yang belum terkontaminasi oleh limbah/kotoran.</p> <p>Air Terjun JUMOG airnya bersih dan alami dikelilingi oleh pepohonan dengan dedaunan yang hijau dan rimbun serta burung-burung liar khas gunung Lawu. Udara yang sejuk sangat cocok untuk merelaksasi.</p>
Peneliti	Apa saja fasilitas yang ada ?

Pak Pardi	Banyak mas, ada taman bermain anak, kolam renang, gazebo, warung makan, musik campursari, ada aula juga yang bisa digunakan untuk kepentingan para pengunjung.
Peneliti	Berapa tiket masuknya pak ?
Pak Pardi	Harga tiket masuk kalau hari senin sampai sabtu Rp.3000,00, namun pada hari minggu dan hari libur harganya Rp.5000,00, yang buka dari jam 9 pagi sampai jam 4 sore.
Peneliti	Kenapa harganya berbeda pak ?
Pak Pardi	Iya karena setiap hari minggu ada pentas hiburan (organ tunggal, dangdut, pop, koes plus & campursari). Nah, yang Rp.2000,00 itu untuk membayar hiburan itu mas.
Peneliti	Setiap harinya pengunjungnya yang masuk kebanyakan siapa saja pak ?
Pak Pardi	Dari anak-anak dan bapak ibu.
Peneliti	Jadi air terjun Jumog ini bisa dikatakan milik daerah ya, bisa bapak jelaskan ?
Pak Pardi	Obyek wisata air terjun Jumog ini adalah wisata mandiri mas, segala kebutuhannya dikerjakan sendiri dan sepenuhnya tidak mengandalkan bantuan dari kabupaten, nah lewat BUMDes yaitu badan usaha milik desa ini dikelola. Contohnya mas, parkir yang harga Rp.2000,00 sebesar 40% masuk dinas pariwisata mas, retribusi sebesar 30%, jadi kita malah memberi sekian pendapatan ke dinas, namun dari dinas tidak memberikan timbal balik kepada kita, misalnya, kita pernah minta bantuan dari parkir yang 30% tadi untuk pengembangan, tidak dikasih kok mas.
Pak Pardi	Maka dari itu kita betul-betul teliti bagaimana kalkulasi agar pengembangan bisa terus berjalan misal dengan penghasilan kamar mandi yang tiap bulan mendapat sekitar Rp.900.0000,00 misalnya untuk gaji karyawan.
Penulis	Apa saja media promosi yang sudah ada pak ?
	Brosur, internet, billboard, dan mulut kemulut.
Penulis	Apa media yang paling tepat sasaran menurut bapak ?
Pak Pardi	Penyampaian dari mulut-kemulut mas, bagi saya paling tepat, begini mas, dulu ada rombongan wisata dari Boyolali, nah dari pihak travel Cuma bisa membayar Rp.10.000,00 padahal jumlah wisatawan sekitar 26-30 orang, ya kami tidak apa-apa, lha terlanjur masuk mas, mungkin kehabisan uang dari pihak travel, bagi kami asal gak punya uang boleh masuk asalkan ngomong apa adanya mas. Nah, ternyata wisatawan asal Boyolali tadi mengajak banyak wisatawan lain berkunjung mas, begitu mas...
Pak Pardi	Dulu juga pernah obyek wisata ini diiklankan di TV, TATV tapi setelah bergantinya kepala dinas pariwisata sekarang gak pernah mas, sekarang hanya lewat radio lokal Karanganyar, itupun jarang-jarang.

## Foto Dokumentasi

Diambil tanggal 30 november 2013



Foto Karyawan



Foto Saat Penelitian



Foto Media promosi yang telah ada

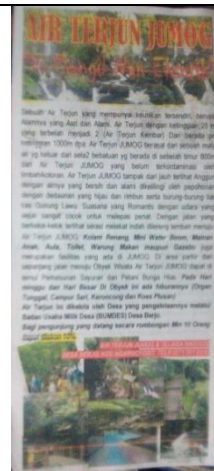


Foto media Promosi yang telah ada





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207  
http://www.fbs.uny.ac.id//

FRM/FBS/33-01  
10 Jan 2011

Nomor : 0514c/UN.34.12/DT/V/2013  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Observasi

23 Mei 2013

Kepada Yth.

Pengelola Objek Wisata Air Terjun Jumog  
di Karanganyar – Jawa Tengah

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud akan mengadakan **Observasi** untuk memperoleh data awal guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

***Perancangan Media Promosi Objek Wisata Air Terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar – Jawa Tengah***

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : RAKHIMAN ISTIYANTO  
NIM : 09206241010  
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa  
Waktu Pelaksanaan : Mei 2013  
Lokasi Observasi : Objek Wisata Air Terjun Jumog Karanganyar

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Kasubbag Pendidikan FBS,  
  
Indun Pado Utami, S.E.  
NIP 19670704 199312 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207  
Fax: (0274) 548207 <http://www.fbs.uny.ac.id/>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**  
Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207  
Fax: (0274) 548207 <http://www.fbs.uny.ac.id/>

### PERMOHONAN IJIN SURVEY/OBSERVASI/PENELITIAN

FRM/FBS/31-00  
10 Jan 2011

Yogyakarta 23 Mei 2013

Kepada Yth. Kajiur Pendidikan Seni Rupa  
FBS UNY

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Rahman Istiyanto No. Mhs. : 09206241010  
Jur/Prodi : Jurusan Pendidikan Seni Rupa

bermaksud memohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memproses  
Surat Ijin Observasi untuk penelitian Tugas Akhir dengan judul :  
Perancangan Media Promosi Objek W. Sata Air Tegar  
Jumeg di Kabupaten Karanganyar - Jawa Tengah  
Lokasi Penelitian: Bajo, Ngargoyoso, Karanganyar, Jawa Tengah

Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,

R. Kuncoro W. Dewajati, M.Sn.  
NIP. 19660320 19912 1 001

Pemohon,

RAHMAN ISTIYANTO  
NIM. 09206241010

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,

R. Kuncoro W. Dewajati, M.Sn.  
NIP. 19660320 19912 1 001

Pemohon,

RAHMAN ISTIYANTO  
NIM. 09206241010

Kepada Yth. Kajiur Pendidikan Seni Rupa  
FBS UNY

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Rahman Istiyanto No. Mhs. : 09206241010  
Jur/Prodi : Jurusan Pendidikan Seni Rupa

bermaksud memohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memproses  
Surat Ijin Observasi untuk penelitian Tugas Akhir dengan judul :  
Perancangan Media Promosi Objek W. Sata Air Tegar  
Jumeg di Kabupaten Karanganyar - Jawa Tengah  
Lokasi Penelitian: Bajo, Ngargoyoso, Karanganyar, Jawa Tengah

Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Yogyakarta, 23 Mei 2013

FRM/FBS/31-00  
10 Jan 2011



## Daftar Pengunjung Pameran TAKS Perancangan Media Promosi Air Terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar - Jawa Tengah

No.	Nama	Alamat
1.	Wahyu N	Bantul
2.	ARIEF S.	Palembang.
3.	Latib Ahmadin	Pembang
4.	Andi Akhsani	Malang
5.	Yeni Sukma	Pantale
6.	KARA ARLY	Kalasa
7.	Danar Hendagun	Lay.
8.	Dhian Pertiwi	UMY
9.	Agung Dwi Raharjo	Jogja
10.	Hendri	Bengkulu
11.	Doni yogo S	Sleman
12.	Farrs.P-1	UMY
13.	Bayu Wiganti	Bangladesh.
14.	Mas.Ar	Jl. Wates
15.	Arif	SLEMAN
16.	Zheeta Vazza Devi	Sleman
17.	Ika Dyah Apriani	sleman.
18.	Awan "Gadri"	Sleman
19.	IEO	KULON PROGO
20.	Agank2	SOLO
21.	Iman n	Atambua
22.		
23.		